



НАУЧНЫЙ
ФОРУМ
nauchforum.ru

ISSN 2618-6829



ХСІІІ Студенческая международная
заочная научно-практическая
конференция

МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ
№24(93)

г. МОСКВА, 2020



МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ

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

№ 24 (93)
Июль 2020 г.

Издается с декабря 2017 года

Москва
2020

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 биозкологии 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 XIII студенческой международной научно-практической конференции. – Москва: Изд. «МЦНО». – 2020. – № 24 (93) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://nauchforum.ru/archive/MNF_interdisciplinarity/24%2893%29.pdf

Электронный сборник статей XIII 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. «История и археология»	6
ЗНАЧЕНИЕ ПЕСЕН ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ ДЛЯ РУССКОГО НАРОДА	6
Буслаева Алина Андреевна Сафонов Михаил Александрович	
ПРИЧИНЫ ВВОДА СОВЕТСКИХ ВОЙСК В АФГАНИСТАН	12
Панина Яна Андреевна Карапкина Олеся Григорьевна	
Рубрика 2. «Науки о Земле»	15
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗЕМЕЛЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ ГУЛЬКЕВИЧСКОГО РАЙОНА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ ПО ФОРМАМ СОБСТВЕННОСТИ И ВИДАМ ПРАВ	15
Цепкало Алексей Евгеньевич Кривоконева Елена Юрьевна	
Рубрика 3. «Педагогика»	19
ОБРАЗ МИГРАНТА И ЕГО ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ	19
Абукова Амина Юсуповна Магомедова Саидат Магомедовна	
Рубрика 4. «Психология»	23
ПАНДЕМИЯ! САМОИЗОЛЯЦИЯ. БОДИПОЗИТИВ?	23
Король Светлана Анатольевна	
ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОЙ Я-КОНЦЕПЦИИ У СТУДЕНТОВ	28
Шангареева Анна Германовна	
Рубрика 5. «Социология»	36
ВОЗМОЖНОСТИ PR ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ	36
Калугина Диана Анатольевна Боташева Асият Казиевна	
ОБЩЕНИЕ СО СМИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ	41
Калугина Диана Анатольевна Боташева Асият Казиевна	

Рубрика 6. «Технические науки»	45
ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ОБРАБОТКИ ПРИЗАБОЙНОЙ ЗОНЫ ПЛАСТА НА МУРАВЛЕНКОВСКОМ МЕСТОРОЖДЕНИИ Крупин Антон Владимирович Савастын Михаил Юрьевич	45
ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ГИДРАВЛИЧЕСКОГО РАЗРЫВА ПЛАСТА НА МУРАВЛЕНКОВСКОМ МЕСТОРОЖДЕНИИ Крупин Антон Владимирович Савастын Михаил Юрьевич	47
Рубрика 7. «Филология»	50
ИНТЕРМЕДИАЛЬНОЕ ЗАНЯТИЕ КАК СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ВО ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ЛИТЕРАТУРЕ Билалова Диниза Равхатовна Шуралев А.М.	50
КОНЦЕПТ BEAUTY В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЕ Гимбатова Патимат Шамиловна Магомедова Саидат Магомедовна	56
АББРЕВИАЦИЯ В МОЛОДЕЖНОЙ ПЕРЕПИСКЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ Магомедова Саидат Магомедовна Курбанова Перихан Арабхановна	60
Рубрика 8. «Экономика»	65
ФИНАНСИРОВАНИЕ КАК ОСНОВНАЯ ФОРМА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ИННОВАЦИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Кошелева Елена Михайловна Фомина Ольга Александровна	65
ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ Панина Яна Андреевна Пшмахова Мадина Исмаиловна	72
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НАЦИОНАЛЬНЫХ СИСТЕМ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ЛЕГАЛИЗАЦИИ НЕЗАКОННЫХ ДОХОДОВ НА ПРИМЕРЕ ЕАГ Радюк Дмитрий Игоревич Кунцевич Виктор Павлович	76

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Шкаликов Илья Владимирович Юхнева Нина Андреевна	84
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОИСКА ПОСТАВЩИКОВ В ЗАКУПОЧНОЙ ЛОГИСТИКЕ Шкаликов Илья Владимирович Юхнева Нина Андреевна	93
Рубрика 9. «Юриспруденция»	104
ПРОБЛЕМЫ КВАЛИФИКАЦИИ ПРЕСТУПЛЕНИЙ Избасарова Асель Шайхигалиевна Евтехов Роман Артурович	104
РАЗВИТИЕ ИНСТИТУТА СУДЕБНОЙ ЗАЩИТЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ПЕРИОД ДЕЙСТВИЯ УПК РСФСР Максимов Никита Олегович	108
ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ОЦЕНКИ ЗАКЛЮЧЕНИЯ ЭКСПЕРТА В АРБИТРАЖНОМ ПРОЦЕССЕ Султанов Фаид Фажрудинович	113
КОРПОРАТИВНЫЕ ЮРИДИЧЕСКИЕ ЛИЦА КАК УЧАСТНИКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Султанов Фаид Фажрудинович	118

РУБРИКА 1.

«ИСТОРИЯ И АРХЕОЛОГИЯ»

ЗНАЧЕНИЕ ПЕСЕН ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ ДЛЯ РУССКОГО НАРОДА

Буслаева Алина Андреевна

*студент Иркутского института (филиала) Всероссийского государственного университета юстиции (РПА Минюста России),
РФ, г. Иркутск*

Сафонов Михаил Александрович

*научный руководитель, канд. юрид. наук, доцент Иркутского института (филиала) Всероссийского государственного университета юстиции (РПА Минюста России),
РФ, г. Иркутск*

THE SIGNIFICANCE OF THE GREAT PATRIOTIC WAR SONGS FOR THE RUSSIAN PEOPLE

Alina Buslaeva

*Student of Irkutsk Institute (branch's) All-Russian state University of justice (RPA of the Ministry of justice of Russia),
Russia, Irkutsk*

Mikhail Safonov

*Candidate of law, Associate professor, Irkutsk Institute (branch's) All-Russian state University of justice (RPA of the Ministry of justice of Russia),
Russia, Irkutsk*

Аннотация. Великая Отечественная война 1941–1945 гг. навсегда останется одним из главных трагических событий в истории России и всего Мира. В данной статье раскрывается роль и значение музыкального искусства в годы Великой Отечественной войны для советского народа.

Abstract. The Great Patriotic war of 1941-1945 will forever remain one of the main tragic events in the history of Russia and the World. This article reveals the role and significance of musical art during the great Patriotic war for the Soviet people.

Ключевые слова: песня, война, Великая Отечественная война, музыка, значение песни, фронтовая поэзия, поэзия, «окопное творчество».

Keywords: song, war, Great Patriotic war, music, song meaning, frontline poetry, poetry, «trench art».

Великая Отечественная война – это самое значимое и страшное событие для русского народа.

Семьдесят пять лет назад закончилась Великая Отечественная война. Военные годы подарили нам множество замечательных патриотических и лирических песен. Песни, навсегда ушедшие в народ, как правило, создаются в переломные моменты истории.

Несмотря на то, что простые люди и многие сферы культурной жизни подверглись жестокому нападению нацистской Германии, музыкальное искусство не стало увядать. Именно музыка стала путеводной звездой для людей, потерявших веру и надежду на спасение в этот тяжёлый период – период войны.

Великий полководец России, генералиссимус А. Суворов утверждал: «Музыка удваивает и утраивает армию... С распущенными знаменами и громогласной музыкой взял я Измаил» [1].

Война и песня... Что может быть общего? Рассматривая данный вопрос можно увидеть, что песня в это тяжёлое и голодное время поднимала боевой дух у всего советского народа, помогала собраться с силами и преодолевать трудности на пути к Победе. Ничто не сплывало солдат так, как песня. Каждый военный год рождал новую песню, в результате чего создалась целая «музыкальная копилка» песен о войне, которые мы слышим и в настоящее время. Множество поколений сменилось, но песни живут в наших сердцах и передаются по наследству от наших прадедов и дедов до нас и нашего будущего поколения.

Народная мудрость гласит: музыка, как лекарство – лечит душу и даёт силы жить дальше, несмотря на все подводные камни, подготовленные судьбой.

Самой важной песней в военные годы является «Священная война».

Согласно официальной версии, впервые была исполнена красноармейцами на Белорусском вокзале столицы уже 27 июня 1941 г. Накануне группа из Краснознаменного ансамбля красноармейской песни и пляски СССР под управлением А.В. Александрова провела напряжённую репетицию. Слова и ноты Александров писал мелом на доске, так как печатать их не было времени, а певцы и музыканты переписывали их в свои тетради. Вечером «Священная война» вместе с многочисленными эшелонами и бойцами отправилась на фронт. По воспоминаниям современников, песню в этот день исполняли пять раз подряд. В мае 2005 г. в память об этом событии на здании вокзала была установлена мемориальная доска [2, с.127].

Эта песня-гимн стала музыкальной эмблемой Великой Отечественной войны. Ее пели всюду: на переднем крае, в партизанских отрядах, в тылу, где ковалось оружие для победы. Каждое утро после боя кремлевских курантов она звучала по радио.

На примере этой песни прослеживаются важные достоинства всех песен того времени — их оперативность и понятность, душевная страстность и героический порыв.

Ярким примером военной музыки, поднимающей дух, служила «Седьмая симфония» Д. Шостаковича, сразу ставшая символом сопротивления советского народа фашистским захватчикам и веры в грядущую победу над врагом. Так воспринимали ее не только на Родине, но и во многих странах мира.

К первому исполнению симфонии в осажденном Ленинграде командующий Ленинградским фронтом Л.А. Говоров приказал огневым ударом подавить вражескую артиллерию, чтобы канонада не мешала слушать музыку Шостаковича.

Гимн Брянской области «Шумел сурово Брянский лес» – это еще одна песня, носящая патриотический характер.

Осенью 1942 года в штаб Брянского фронта поступила радиogramма следующего содержания: «Оружие у нас есть, в случае чего можно забрать у врага, а вот песню, как трофей, не возьмешь. Пришлите нам песню!» [3, с 23] .

Нельзя на войне было и без песен, имеющих танцевальную направленность. Так родился «Случайный вальс». Стихотворение Евгения Долматовского «Танцы до утра» было впервые опубликовано в одном из февральских номеров газеты Юго-Западного фронта «Красная Армия» за 1942 год. В декабре того же года в районе Сталинграда Долматовский встретился с композитором Марком Фрадкиным, в соавторстве с которым была ранее создана «Песня о Днепре».

У них зародилась идея превратить стихотворение в песню. По словам Долматовского, вскоре после того, как он прочёл Фрадкину строки из стихотворения, тот «на трофейном аккордеоне... наиграл... вальсовую мелодию, навеянную этим стихотворением» [4, с.2].

Лирическая песня «Журавли» – крик души тех бойцов, кто не смог вернуться домой, увидеть своих матерей и подросших детей. Автором этого великого произведения является дагестанский поэт Расул Гамзатов.

Образ погибшего солдата, превратившегося в птицу, узнаётся девушкой, ждущей своего любимого, погибшего на фронте. В 1972 году высокая стелла с летящими журавлями появилась на въезде в город Чирчик, в Узбекской ССР. В основании памятника выгравированы начальные строки стихотворения «Журавли» и имя автора: Расул Гамзатов.

Очень известен Муса Джалиль – советский татарский поэт и журналист, военный корреспондент. Поэт писал даже тогда, когда был ранен и находился в плену. Веря в могущество Слов, Муса писал о родной земле, верности долгу, любви к Родине, жизни на воле. Многие его стихи были написаны в песенной манере.

Во многих своих произведениях поэт утверждал, что лучше отдать жизнь за Родину и победу в войне, нежели стать предателем.

Особую популярность в годы войны получила песня «Катюша». Она стала не только событием в музыкальной жизни, но и своеобразным социальным феноменом, олицетворением девушки того времени, ведь миллионы людей воспринимали героиню песни, как реально существующего человека.

Замечателен тот факт, что в период военного времени появился такой жанр в поэзии, как «окопное творчество». Журнал «Новые исторические перспективы: от Балтики до Тихого океана» продолжает публиковать произведения, написанные солдатами Великой Отечественной. В промежутках между боевыми столкновениями, солдаты опять на короткое время превращались в сапожников, слесарей, артистов, жестянщиков и резчиков по дереву. Человек брал в руки перочинный нож, блокнот с карандашом... и творил для души. Так рождались великие произведения, поднимающие дух солдатам и помогающие пережить то страшное и голодное время.

Известной песней так же является «Тёмная ночь», написанная композитором Никитой Богословским и поэтом Владимиром Агатовым.

В 1943 году, во время работы над кинокартиной «Два бойца», режиссёр Леонид Луков никак не мог правдоподобно снять сюжет с солдатом, пишущим письмо своей любимой женщине. После множества неудачных попыток, Лукова озарила мысль, что этому фильму необходима нежная песня. Он обратился за помощью к знакомому композитору Н. Богословскому, который в одно мгновение сочинил подходящую мелодию. После Луков вместе с Богословским последовали к поэту Агатову, который так же молниеносно написал текст к уже готовой музыке. Тотчас, глубокой ночью, был разбужен главный актёр фильма, Марк Бернес, и вскоре фонограмма песни была готова, а буквально на следующий день кадр был полностью отснят. Главный герой фильма, Аркадий Дзюбин, исполняет эту песню на гитаре ночью, во время дождя, в землянке, с протекающей кровлей [5]. Таким образом, из вышеперечисленного можно сделать вывод, что Великая Отечественная война

будет жить благодаря песням и людям, которые из года в год вспоминают то страшное время и чтят память погибших.

Строки песен военных лет близки человеку, вызывают различные эмоции: ветераны предаются ностальгии, плачут, вспоминая все страхи военного времени, погибших друзей и родных; подростки осознают, что значит слово «война» в действительности, начинают в большей степени ценить жизнь и радоваться мирному времени в настоящем.

Именно такая музыка вдохновляет нас, помогает в каких-то важных делах, а иногда и меняет мировоззрение.

Песня – это удивительное сотворение человечества и она способна на все. Именно благодаря песне, русский народ смог одержать победу над фашисткой Германией.

Список литературы:

1. Газета учителя. № 26 от 28 июня 2005 г. // Газета учителя. Архив номеров [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ug.ru/archive/8669> (дата обращения: 20.05.2020).
2. Бороздина П.А. Песни любви и гнева (к 70-летию победы советского народа в Великой Отечественной войне) // Берегиня. 777. Сова: общество. Политика. Экономика. 2015. №1. С.126-133.
3. Хамидуллин Б. Война... Судьбы... Память... Песни... // Казань: «Идель-Пресс», 2015. 303 с.
4. Кукуй Э. Истории песни «Случайный Вальс». // Портал «Стихи.ру» [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.stihi.ru/2017/05/08/977> (дата обращения: 20.05.2020).
5. История создания двух песен из фильма: «Два бойца». // «На завалинке»: музыкальная соцсеть. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tunnel.ru> (дата обращения: 20.05.2020).

ПРИЧИНЫ ВВОДА СОВЕТСКИХ ВОЙСК В АФГАНИСТАН

Панина Яна Андреевна

*студент Армавирского государственного педагогического университета,
РФ, г. Армавир*

Карапкова Олеся Григорьевна

*научный руководитель, канд. ист. наук, доцент Армавирского
государственного педагогического университета,
РФ, г. Армавир*

В прошлом году исполнилось 40 лет вводу, и 30 лет выводу Ограниченного контингента советских войск в Афганистане. Две эти даты, а также мир, который так и не наступил в этой стране, объясняют актуальность данной темы сегодня.

Необходимо отметить, что и сегодня, ни у военных, ни у политиков, ни ученых, единой точки зрения на присутствие советских войск в Афганистане, в течение 1979 -1989 гг. нет.

Рассмотрим, по возможности все наиболее значимые аспекты данной темы. [1]

С точки зрения исторической, присутствие советский войск в Афганистане было необходимо. Вспомним высказывание У. Черчилля, который называл Среднюю Азию « мягким подбрюшьем советской России». Сбрасывать со счетов, общую границу СССР с ДРА, было ни в коем случае нельзя.

С геополитической точки зрения, ввод советских войск был необходим, по следующим причинам. Географически – Афганистан является, ключевой страной региона.

По периметру его границ находятся Иран (с его исламской революцией 1978г.), Китай (с его уйгурско-тибетским сепаратизмом), Индия, (с проблемой Белуджистана), Пакистан (с конфликтом штатов Джамму и Кашмира). Поэтому, контроль над ключевой страной региона, обеспечивал рычаги влияния на конфликты в любой из этих соседних стран. [2]

Наконец с военной точки зрения, противоборство СССР и США происходило не только в Европе, но и в этом регионе мира. В 1979 г. Распался

военно-политический блок СЕНТО. И хотя, США формально не входили в него, но по сути дела, блок действовал под эгидой США.

С его распадом, а также с потерей своего влияния в Иране, Соединенные Штаты стали искать новые формы проникновения в ДРА и всерьез рассматривали возможность размещения ракет средней дальности на южных рубежах СССР. [4]

С антитеррористической точки зрения (хотя такой термин, тогда не применялся), ввод советских войск в Афганистан был жизненно важен. Так как необходимо было предотвратить возможность прихода к власти радикальной исламской организации, что повлекло бы за собой перенос военных действий на среднеазиатские республики СССР.

Еще одной важной задачей было предотвращение нарастания присутствия военного контингента Соединенных Штатов и НАТО на рубежах СССР, которые в свою очередь, поддерживали вооружением исламскую оппозицию, желая распространения военных действий в Средней Азии. Согласно данным одной из кувейтских газет в Афганистане против советских войск присутствовало 55 государств в лице консультантов исламистов. [3]

Говоря о причинах ввода армии, конечно, следует отметить, желания контроля над наркотрафиком. Занимая второе место в мире по производству опиума, Афганистан через территорию Средней Азии распространял наркотические вещества в Россию и Европу.

Следует отметить, что с конца 1960-х гг. между СССР и Китаем строились довольно напряженные отношения.

Поэтому СССР не мог допустить усиления влияния на своих границах КНР, который тоже оказывал поддержку исламистской оппозиции. [5]

Конечно, немалую роль сыграл и экономический фактор, заключающийся в защите и продолжении строительства объектов народного хозяйства. Более 200 из них построили советские специалисты.

В Кабуле был выстроен целый советский микрорайон. [6]

Существовала необходимость усилить позиции советского государства в регионе против Ирана и Пакистана.

В разрезе того, что Пакистан был в состоянии постоянного конфликта с Индией, то расположение советских войск в Афганистане было бы хорошей позицией для оказания помощи Индии.

Таким образом, необходимо отметить, что введение советского военного контингента на территорию Афганистана было жизненно необходимо для СССР. Некорректно было бы считать это решение личной прихотью руководства или авантюрой.

Причины, способствовавшие вводу войск необходимо рассматривать комплексно, анализируя их на основе исторических документов, свидетельств участников.

На основе всех вышеперечисленных причин, можно сделать вывод о том, что введение советских войск было попыткой предотвращения приходу к власти исламской оппозиции и свержения просоветского режима в Афганистане, а также недопущение распространения этой тенденции на среднеазиатские республики, входящие в состав СССР и граничащие с Афганистаном.

Список литературы:

1. А. Давыдов. Афганистан. Талибы стремятся к власти // Азия и Африка сегодня. 1997, №7.
2. Ахмед Рашид Талибан: ислам, нефть и новые большие игры в Центральной Азии. I.V Tauris, 2000
3. Бжезинский З. Великая шахматная доска. «Международные отношения.» М., 1998. С. 157
4. Гареев М. "Афганская проблема - три года без советских войск". "Международная жизнь", февраль 1992
5. Мартин Эвенс Афганистан: новая история. Curzon, 2001.
6. Милославский Г.В. Центральная Азия в евразийской перспективе // Восток/Oriens. 1996, №5. С. 8.

РУБРИКА 2. «НАУКИ О ЗЕМЛЕ»

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗЕМЕЛЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ ГУЛЬКЕВИЧСКОГО РАЙОНА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ ПО ФОРМАМ СОБСТВЕННОСТИ И ВИДАМ ПРАВ

Цепкало Алексей Евгеньевич

магистрант Новочеркасского инженерно-мелиоративного института
им. А.К. Кортунова Донского государственного аграрного университета,
РФ, г. Новочеркасск

Кривоконева Елена Юрьевна

научный руководитель, канд. биол. наук, доцент, Новочеркасский инженерно-
мелиоративный институт им. А. К. Кортунова ФГБОУ ВО Донской ГАУ,
РФ, г. Новочеркасск

В соответствии с действующим законодательством земля может находиться в собственности на землю граждан и юридических лиц (на праве частной собственности), государственной собственности на землю, собственности РФ (федеральная собственность) на землю, собственности на землю субъектов РФ, муниципальной собственности на землю.

В составе земель сельскохозяйственного назначения на 1 января 2020 года 61,9% (72974 га) площади категории приходится на собственность граждан, 1,3% (1491 га) земель принадлежит юридическим лицам и 36,7% (43272 га) находится в государственной и муниципальной собственности (рисунок 1).



Рисунок 1. Структура распределение земель сельскохозяйственного назначения Гулькевичского района по формам собственности, га

Как видно из рисунка наибольшая площадь земель сельскохозяйственного назначения находится в собственности граждан. Собственность граждан состоит из земельных долей (65629 га), земель КФХ зарегистрированных как граждане предприниматели и земель, предоставленных гражданам для садоводства.

Основными пользователями земель сельскохозяйственного назначения в Гулькевичском районе являются хозяйственные товарищества и общества (земли используются на праве пользования и праве аренды), сельскохозяйственные кооперативы (на правах пользования, собственности и аренды), крестьянские (фермерские) хозяйства (на правах собственности, аренды и временного пользования), государственные и муниципальные предприятия (на правах собственности, постоянного (бессрочного) пользования и праве аренды), подсобные хозяйства (на правах аренды и пользования), сельскохозяйственные научно-исследовательские и учебные учреждения и заведения (на правах пользования и аренды), прочие предприятия (на правах собственности, аренды и пользования).

Общая площадь земель, используемых предприятиями для производства сельскохозяйственной продукции на различном праве на 1 января 2020 года составляет 106725 га. Из них используется:

- хозяйственными товариществами и обществами на площади 10019 га, в т., в том числе сельскохозяйственных угодий 8789 га. В основном – это земельные доли граждан - 5990 га. Земли, находящиеся в государственной и муниципальной собственности, используются на правах аренды и праве пользования;

- сельскохозяйственными производственными кооперативами на площади 69616 га (59,4%), в том числе сельскохозяйственных угодий 62882 га. Из общей площади земли собственников земельных долей составляют 57148 га. Земли, находящиеся в государственной и муниципальной собственности, используются на правах аренды и праве пользования;

- государственными и муниципальными предприятиями на площади 18002 га, в т. ч. сельскохозяйственных угодий 14978 га;
- подсобными хозяйствами на площади 36 га, из них на праве аренды – 2 га, на праве пользования 34 га из государственных и муниципальных земель;
- сельскохозяйственными научно-исследовательскими и учебными учреждениями и заведениями на площади 3950 га, в т. ч. сельскохозяйственных угодий 3537 г;
- прочими предприятиями на площади 5073 га, в т. ч. сельскохозяйственных угодий 4021 га.

Производством сельскохозяйственной продукции занимаются 587 крестьянских хозяйств на площади 10203 га, в т. ч. сельскохозяйственных угодий 10156 га.

Земельные участки, предоставленные гражданам для ведения сельскохозяйственного производства 809 га, в т. ч. сельскохозяйственных угодий 714 га. Земли используются гражданами на правах собственности, аренды и пользования.

Предприятиями и организациями для производства сельскохозяйственной продукции на различном праве в 2019 году использовалось более 90% земель сельскохозяйственного назначения. Граждане и их объединения для производства сельскохозяйственной продукции использовали 11012 га.

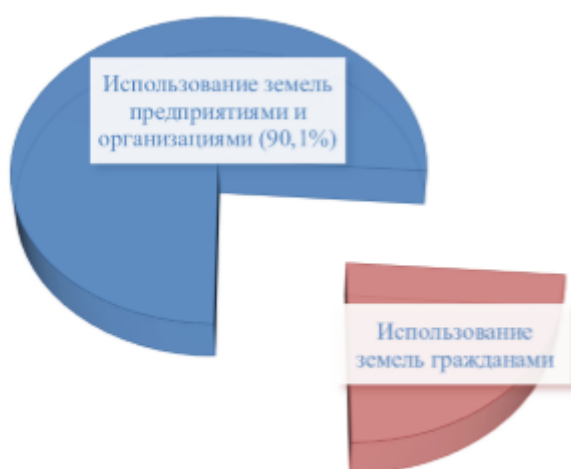


Рисунок 2. Распределение земель среди производителей сельскохозяйственной продукции Гулькевичского района

К землям граждан относятся участки, используемые для ведения крестьянского (фермерского) хозяйства, личного подсобного хозяйства, садоводства, огородничества, сенокосения и выпаса скота.

По результатам проведенного исследования выяснено, что наибольшая площадь земель сельскохозяйственного назначения Гулькевичского района находится в собственности граждан, основными пользователями земель являются сельскохозяйственные кооперативы, а всего предприятиями и организациями для производства сельскохозяйственной продукции используется более 90% земель.

Список литературы:

1. Пояснительная записка к отчету о наличии земель и распределении их по категориям, угодьям и пользователям по состоянию на 01.01.2019 г. Гулькевичский район.
2. Отчет о наличии земель и распределении их по формам собственности, категориям, угодьям и пользователям по состоянию на 01.01.2020 года Гулькевичский район.

РУБРИКА 3.
«ПЕДАГОГИКА»

**ОБРАЗ МИГРАНТА И ЕГО ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ В
АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ**

Абукова Амина Юсуповна

*студент, Дагестанский государственный университет,
РФ, г. Махачкала*

Магомедова Саидат Магомедовна

*научный руководитель, канд. филол. наук,
Дагестанский государственный университет,
РФ, г. Махачкала*

**THE IMAGE OF A MIGRANT AND HIS LINGUISTIC REPRESENTATION
IN ENGLISH-LANGUAGE MEDIA**

Amina Abukova

*Student, Dagestan State University,
Russia, Makhachkala*

Saidat Magomedova

*Scientific director, Cand. philol. sciences, Dagestan State University,
Russia, Makhachkala*

Аннотация. Важную роль в создание образа мигранта играют СМИ. В данной статье рассматриваются особенности образа мигранта, представленного в англоязычных СМИ посредством использования различных языковых средств. Делаются выводы от тематическом наполнение образа мигранта.

Abstract. An important role play different media in creating the image of a migrant. This article discusses the features of the image of a migrant, which is presented in the English-language media through the use of various language means. Also the author draws some conclusions about thematic representation of the image of a migrant.

Ключевые слова: образ мигранта, мигрант, языковые средства создания образа мигранта, образ мигранта в СМИ.

Keywords: image of a migrant, migrant, language means of creating an image of a migrant, image of a migrant in media.

Анализ образа мигранта в современных СМИ позволяет в полной мере раскрыть вопрос миграционных процессов, которые волнует сегодня общественные круги во всей Европе.

За 2016-2017 гг. в Англию прибыло рекордное для европейских стран количество беженцев – около миллиона человек.

Данный факт, безусловно, не может остаться без внимания общественности и СМИ.

Как известно, СМИ оказывают воздействие на мнение общества, а также на формирование стереотипов и образов в общественном сознании [3, с. 112-114].

Для исследования особенностей образа мигранта в английском лингвосоциуме были использованы статьи из электронных версий известных британских газет: «The Guardian» и «The Daily Telegraph» за период 01.09.2019 по 01.10.2019.

Итак, в ходе анализа полученного материала были сделаны следующие выводы, касающиеся тематического наполнения образа мигранта.

В англоязычных СМИ «The Guardian» и «The Daily Telegraph» мигранты представляются не однозначно.

В статьях, посвященных разделу «Прочее», мигранты представляются чаще в положительном свете, чем в отрицательном.

То есть, приехавшие в Англию граждане (например, рабочие, спортсмены, культурные деятели, студенты, туристы и т.д.) чаще помогают стране, чем вредят. Это люди, которые могут принести пользу экономике страны. Реже это террористы, дебоширы, воры.

Мигранты из Сирии освещаются как дешевая рабочая сила, готовая выполнять любую тяжелую и вредную работу.

Но, с другой стороны, они лишают местных рабочих трудовых мест и, кроме того, не многие из них работают официально, а значит налоги так же не отчисляются. Очень сдержанны англоязычные издания при освящении происшествий.

Немалая доля новостей несут сдержанную, нейтральную констатацию фактов, касающихся мигрантов.

В ходе анализа публикаций было выявлено, что 50% статей все же называют мигрантов виновниками различных проблем в экономике, обвиняются в терроризме и т.д. Лишь в очень малом количестве статей они являются жертвами.

В проанализированных нами статьях было обнаружено большое количество лексических единиц, употребляемых авторами статей для обозначения мигрантов.

Все лексемы, обозначающие мигрантов, можно разделить на две группы:

- нейтральные: *migrant* – мигрант, *refugee* – беженец, *foreigners* – чужеземец, *immigrant* – иммигрант и др.;

- стилистически-окрашенные синонимы: *vagabond* – бродяга; *asylum seeker* – (применяется в отношении беженцев, представляющих опасность для общества); *alien* – чужак, чужестранец; *nomad* – кочевник, бродяга; *rover* – скиталец, бродяга, разбойник; *bird of passage* – перелетная птица и др.

Стоит отметить, что использование лексики с отрицательной коннотацией в «The Guardian» и «The Daily Telegraph» формируют у читателей негативный, отторгающий образ мигрантов.

Также в ходе исследования примеров, выбранных из текстов СМИ, нам встретилась и лексика с положительной коннотацией. Приведем несколько примеров:

- 80 percent of employers who have employed refugees in the past few months are satisfied with their performance («The Daily Telegraph»);*

• *Migrant workers have left behind friends, family and familiar things* («The Guardian»).

В процессе анализа статей о мигрантах нами были обнаружены различные стилистические средства, например, метафора и эпитет.

Приведем пример: *That is the strong Ruua: helps in war in the hospital, does not stop, even when six people are stacked in an ambulance and they can taste the smell of blood on the tongue* («The Guardian»). В данном примере эпитет «strong» подчеркивает положительную черту характера девушки-иммигрантки.

Рассмотрим следующий пример: *Either we wall up in fear and gamble away our future or we develop the UK and Europe farsightedly, wisely, courageously and in solidarity in our own well-understood interest, also thanks to the diversity of the refugees* («The Daily Telegraph»). В данном примере метафора «мы возводим стену в страхе» помогает понять отношение жителей Великобритании к миграционному кризису и к мигрантам.

Итак, на основе проведенного анализа языковых средств создания образа мигранта в электронных версиях известных британских газет: «The Guardian» и «The Daily Telegraph» мы пришли к выводу, что наиболее часто авторы используют лексические и синтаксические стилистические средства, формируя у читателя как отрицательный, так и положительный образ мигранта.

Список литературы:

1. Официальный сайт «The Guardian» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/international>
2. Официальный сайт «The Daily Telegraph». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.telegraph.co.uk/>
3. Титов В.Н. О формировании образа этнического мигранта (анализ публикаций прессы) // Социологические исследования. 2018. № 11. С. 112-114.

РУБРИКА 4. «ПСИХОЛОГИЯ»

ПАНДЕМИЯ! САМОИЗОЛЯЦИЯ. БОДИПОЗИТИВ?

Король Светлана Анатольевна

*магистрант, Московский Инновационный Университет,
РФ, г. Москва*

PANDEMIC! SELF-INSULATION. BODIPOSITIVE?

Svetlana Korol

*Master's student at the Faculty of Psychology at Moscow Innovation University,
Russia, Moscow*

Аннотация. В данной статье рассматриваются основные направления движения «бодипозитива». Принципы и психологические аспекты данного движения. Последствия пандемии и самоизоляции.

Abstract. This article discusses the main directions of the "bodypositive" movement. Principles and psychological aspects of this movement. Consequences of the pandemic and self-isolation.

Ключевые слова: пандемия; самоизоляция; бодипозитив.

Keywords: pandemic; self-isolation; body positive movement.

2020 год стал для многих скорее неприятным сюрпризом, чем интересным приключением. Россиян заточили по домам, запретили выходить на улицу, практически заперли на добровольно-принудительной основе в домашней тюрьме. Такие непривычные обстоятельства привели к увеличению числа случаев домашнего насилия, распаду семей, бытовых ссор, разборок между соседями и перееданию.

В самом начале пандемии и изоляции, многие люди давали себе обещания: начать учить, к примеру, испанский, прочитать «Войну и мир», заняться

спортом и похудеть.... Но, мы настолько же легко забываем о своих обещаниях, насколько их и даем.

Удаленная работа – мечта многих из нас. Приступать к своим должностным обязанностям спустя 5 минут после звонка будильника в пижаме и тапочках не об этом ли мечтали мы до марта-апреля 2020? Однако, в наших радужных фантазиях в доме было чисто и тихо, пахло кофе или чаем с мятой, но мы никак не могли представить себе, что на «удаленку» должна сесть вся семья. В итоге мы получили удаленное образование, удаленную работу, и совсем неудаленных в пространстве детей младшего дошкольного и школьного возраста, которые от переизбытка энергии и сил разносят квартиру в щепки. Потратив не дюжую силу на усмирение отпрысков, подъем гантелей и вареная грудка быстро перестают казаться нам такой уж заманчивой идеей. В чашке вместо воды все чаще встречается пиво, а вместо овощей на тарелке красуются чипсы, орехи и печенье. Как известно, алкоголь обладает не только дурманящим действием, но и будоражит наш аппетит. Поэтому в ход идет все что даже довольно долго лежало на полках и не вызывало у нас никакого интереса.

Статистика – дама непреклонная и она гласит, что продажи алкоголя с 11 недели марта 2020 года выросли ровно в 2 раза по сравнению с 10 неделей. А это значит, что домашнее заточение не проходит бесследно, и каждая следующая неделя приносила все больший прирост продаж. Как следствие, вместо сброшенных килограммов, спустя 3 месяца самоизоляции, россияне вышли в свет и с лишними килограммами. Нас выпустили из домов, но никто не предупредил, что делать с лишним весом, набранным за время домашнего карантина. Нас никто и предупредил, что «выход в свет» намечен на начало лета.

Движение «The Body Positive» зародилось в Америке в 1996 году. Его основатели – психотерапевт Конни Собчак и потерявшая от булимии сестру Элизабет Скотт. Изначально продвижение концепции «мое тело – мое дело» осуществляли в средней школе, где Конни и Элизабет читали лекции по принятию собственного тела. Причем, хочется отметить, что первостепенная

мысль была не только принятие лишнего веса, но и другие физические дефекты, а так же, цвет кожи, национальность и тд. Однако, в последствии «The Body Positive» переросло в более узконаправленное направление принятие собственных лишних килограмм. И даже, если ваше тело выглядит аналогично комичной героине мультфильма «Ну, погоди!» Госпоже Свинке, то все равно это ваше тело и другого нет, а значит, самое время полюбить то, что дано природой и/или ленью, как кому больше нравится.

Бодипозитив – это не пропаганда ожирения, а многогранная концепция принятия себя. Это борьба со стереотипами и стандартами красоты, навязанными патриархальным обществом. К этому движению часто подключаются люди, пострадавшие в ДТП, получившие ожоги, пережившие ампутации, те, кто смирился с возрастными изменениями тела и конечно же, люди с чрезмерной массой тела. Концепция этого движения, позволила агрессивно убеждать себя и окружающих в правильности своего внешнего вида и даже тем, кто имеем патологическое ожирение. Теперь им можно не списывать набранные килограммы на «широкую кость», которая «пухнет» год от года. Проблема ожирения – это не только складочки на теле, которые могут нравиться или не нравиться окружающим, это физические проблемы со здоровьем. Это носить на себе 10, 20, а может и 50 килограмм лишнего веса, который приводит к воспалению суставов, нагрузке на сердце, нарушение гормонального фона гипертонии и другим проблемам со здоровьем. Однако, «бодипозитивщики» никак не связывают свои медицинские проблемы с лишним весом. Свободолюбивые американцы, а как мы знаем проблема глобального ожирения там занимает одну из лидирующих позиций, частенько подают на врачей в суд с обвинениями в сексизме или фэтшейминге (ненависти к жиру). Таким образом, врач лишней раз задумается давать ли рекомендации о снижении веса пока все не стало слишком серьезно или нет. Однако неправильно говорить о принятии своего тело только в рамках лишних килограмм. Последователями данного течения может стать любой человек, даже страдающий от булимии или анорексии, а это другая сторона медали.

Худые, толстые, белые или с другим цветом кожи, с руками, ногами или их отсутствием, шрамами, веснушками, родинками, длинными или короткими волосами – главное правило полюби и прими себя.

Однако, как известно у любого правила есть свои исключения. Некоторые последователи прикрываются движением, используя его как способ деструктивной психологической защиты, отрицание проблемы и перекладывание ответственности на окружение. Некорректное понимание «люби свое тело», у некоторых участников приводит к неправильному восприятию окружения. Например, некоторые женщины весьма нелестно отзываются о тех, кто следит за своей фигурой, питанием, пользуются услугами салонов красоты, используют декоративную косметику. По мнению активисток-бодипозитивщиц любое тело и любая внешность должна восприниматься адекватно и любые усовершенствования снова приведут к главенству мужчин над женщинами и практически средневековым пыткам, в погоне за красивым и совершенным телом. А вы тоже почувствовали нотки феминистического наклона в данной информации? Оно и верно, ведь предпосылками к возникновению течения «The Body Positive» были первые попытки к отстаиванию своих прав феминистками Америки в 60-ых годах.

Кодекс бодипозитива очень прост и он гласит: «мое тело – мое дело»; принимай других такими, какие они есть; каждый человек уникален. Не сравнивай себя ни с кем; разгляди и прими свою внутреннюю красоту; не насилуй себя ради норм красоты. Самое важное – это комфорт; делай со своим телом то, что тебе хочется.

Таким образом получается, что среди постулатов движения нет ни одного слова о том, чтобы заставить всех перестать сбривать волосы под мышками, отрастить пивные животики, питаться исключительно фаст-фудом и пахнуть «как настоящий мужик». Однако почему же тогда ярые поклонники данного направления с лишним весом все еще остаются агрессивно настроенными радикалами, выступающими против типичной модельной внешности, свойственной топ-моделям подиумов? Возможно, все дело в том, что несмотря

на то, что вступили в ряды активистов, они до сих пор не стали воспринимать себя такими, как их создала природа, в тайне, поедая по ночам под одеялом шоколад, все еще продолжают мазать свое тело антицеллюлитным кремом в надежде на магический эффект кайенского перца?

Список литературы:

1. "Мы изменили мир". Психотерапевт Элизабет Скотт рассказала, как изобрела бодипозитив <https://www.currenttime.tv/a/body-positive-inventor/29811228.html>
2. Бодипозитив: история, принципы, за и против <https://tutknow.ru.turbopages.org/s/tutknow.ru/psihologia/15131-bodipozitiv-istoriya-principy-za-i-protiv.html>
3. Как возник бодипозитив <https://umnaja.ru/kak-voznik-bodipozitiv/>
4. COVID-19 вызвал самый крупный прирост продаж с начала 2020 года <https://www.retail.ru/news/covid-19-vyzval-samyu-krupnyu-prirost-prodazh-s-nachala-2020-goda-24-marta-2020-192587/>
5. Движение Body-positive или война индустрии красоты <https://www.livemaster.ru/topic/1853595-dvizhenie-body-positive-ili-vojna-industrii-krasoty>
6. Бодипозитив: что это такое, плюсы и минусы <https://dnevnik--znaniy.ru.turbopages.org/s/dnevnik-znaniy.ru/znaj-i-umej/bodipozitiv-cto-eto-takoe.html>
7. Красота не требует жертв: все о здоровом бодипозитиве <https://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life/237975-feminism>

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОЙ Я-КОНЦЕПЦИИ У СТУДЕНТОВ

Шангареева Анна Германовна

выпускник программы профессиональной переподготовки в сфере психологии личности, Российский государственный гуманитарный университет, РФ, г. Москва

Аннотация. Формируя позитивную я-концепцию у студентов, психолог акцентирует ряд веских моментов, придающих особую значимость феномену и создает ресурсы для индивида, стремящегося познать собственное «Я», выйти на путь уверенного развития студента как личности и будущего специалиста, а также как резерв поисковой деятельности молодого человека в изыскании ресурсов потенциала внутри личности. Обозначив пути формирования позитивной я-концепции у студентов, появляется возможность структурировать феномен и детализировать инструментарий и базу методов для изучения, развития, саморазвития и коррекции концепта. В статье рассмотрены проблемы формирования позитивной я-концепции у студентов.

Ключевые слова: Я-концепция, психология, студенты, эффективность, личность.

Проблема исследования заключается в том, что понимание Я-концепции связано с использованием индивидом механизмов психологической защиты, необходимых для того, чтобы преодолеть диссонанс между непосредственным его опытом и Я-концепцией.

Цель исследования выражается в выявлении существующих проблем формирования позитивной я-концепции у студентов.

Методы исследования: анализ научной литературы, метод синтеза, метод аналогий.

Результаты исследования и их результаты

Теоретические исследования проблемы Я-концепции позволяют выделить основные структурные компоненты позитивной Я-концепции, которые находят отражение в работах, И.С. Кона [1] и др. (рис. 1.)

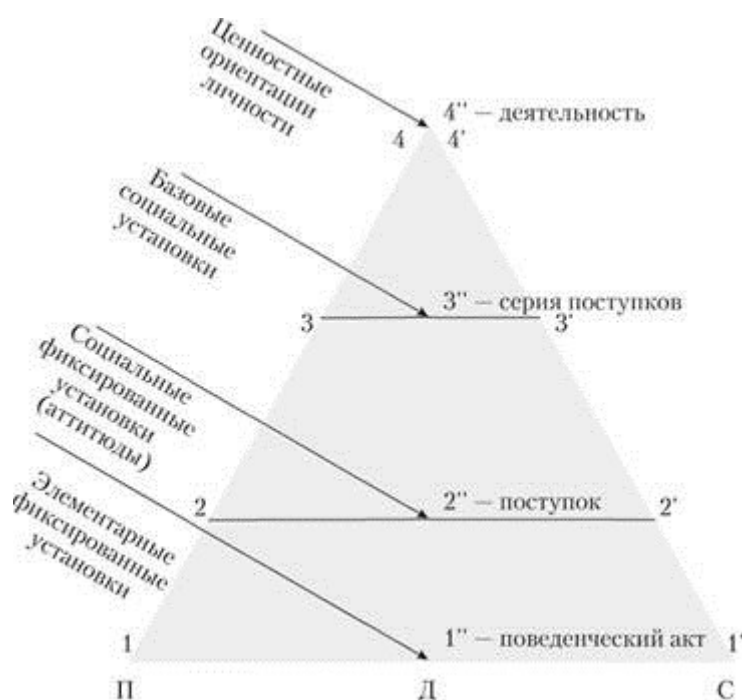


Рисунок 1. Схема диспозиций к «Образу Я» (по И.С. Кону)

Современник настоящего дня И.С. Кон заметил, исследуя позитивную я-концепцию, отмечал о том, что и для проявлений дефиниции у студентов справедливо при изучении современных проблем вопроса перефразировать и адаптировать В.А. Ядова, высказавшегося о концепции как о системе иерархично упорядоченных диспозиций к «Образу Я» и получить структуру, прилежащие к фундаменту которой ярусы наполнены смутными установками, не вступающими в контакт с сознанием личности, которые психологи сопоставляют с уровнем «самоощущения» и позицией эмоционально-оценочного свойства в отношении собственной личности. Более высоко лежат ярусы, на которых зиждутся основы осознания и самооценки определенных критериев и характеристик, из которых формируется единство образа, интегрировавшего самооценки по частным позициям, а затем «образ Я» вносится в сформировавшуюся у студента ёмкую систему ценностей и целей,

на которые ориентирована личность, раскрывшая целевые ориентиры бытия и ресурсов, опора на которые позволяет их достигнуть [2, с. 72].

Процесс формирования позитивной я-концепции у студентов происходит достаточно проблематично и уже предрасположен такими фундаментальными принципами психологи как онтогенетический характер развития, его структурированность и диалектичность, целостная природа и интегрирование индивидуальности. Например, онтогенетические начала создают базу для структурирования стадия реализации самосознания, в которых по стадиям реализуется создание феномена, начиная от формирования ощущений, оформления восприятия как базовых основ сознательного.

После индивид создает опыт, характеризующийся как собственный, личностный, субъективный, в котором преобразуются вереница увиденного, пережитого, прочувствованного, содеянного, в уникальное и целостное событие, начинающееся и заканчивающееся по персональному представлению индивида.

На следующем этапе оформляется категория самости, обозначаемой как «Я» студента, из которой как следственный и условный фактор проступает самосознание. Если личность студента достигла высших ступеней развития, индивид способен проявить такие действия как эффективное саморазвитие и разносторонняя самоактуализация.

В исследованиях А.В. Иващенко, В.С. Агапова, И.В. Барышникова изучаются проблемы и подчеркиваются свойства позитивной я-концепции у студентов как системно разворачивающейся совокупности процессов и явлений, когда студент, самоактуализуя личностное начало, использует формат позитивного отношения к собственной персоне [3, с. 19].

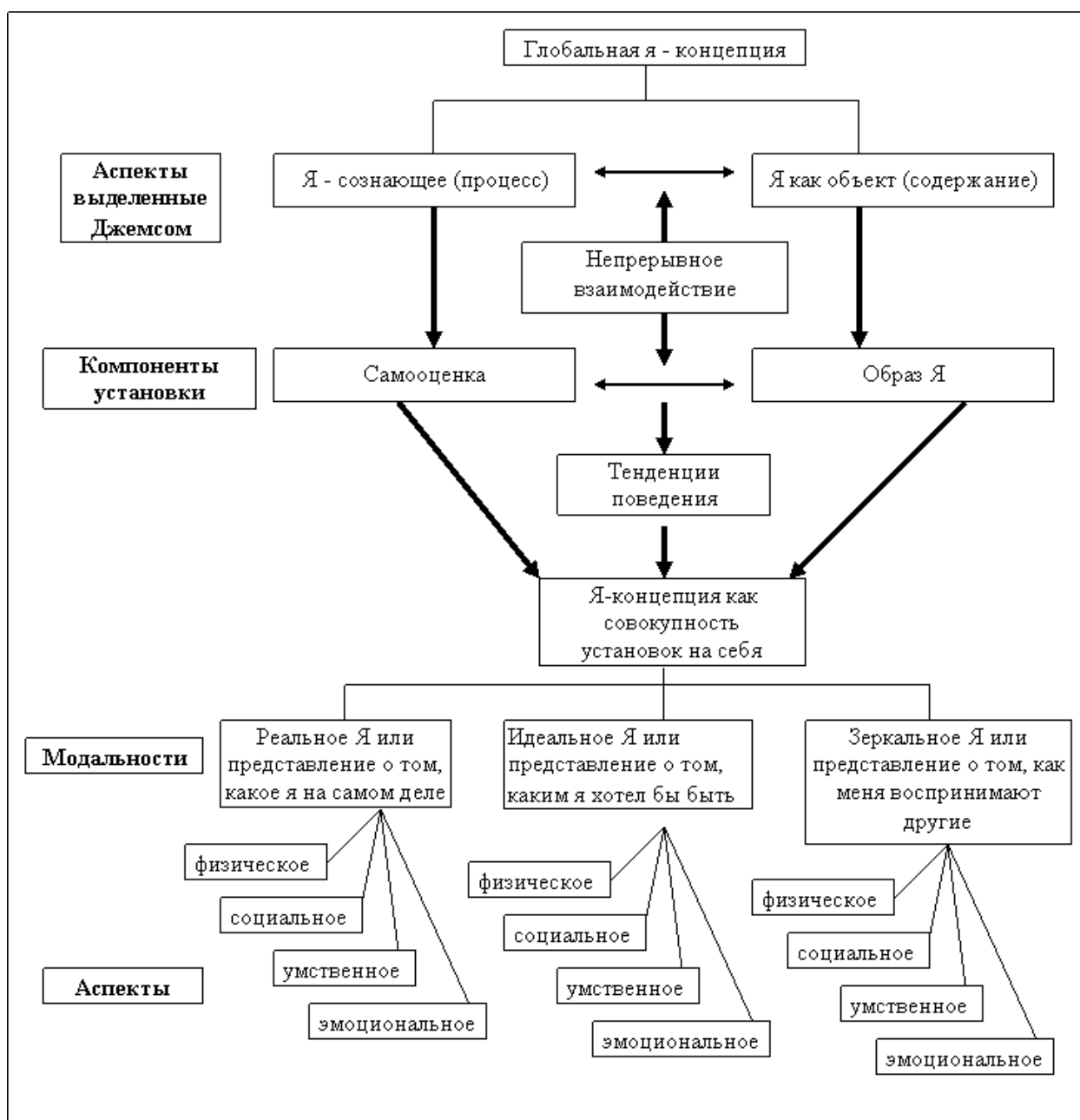


Рисунок 2. Модель позитивной Я-концепции личности студента

Ось, на которой происходит генезис самосознания, представлен такой составляющей как самость личности студента. К настоящему дню в отношении разносторонних вопросов о формировании позитивной я-концепции у студентов рассматривается множество ракурсов проблемы и предполагается, что феномен произведен и вторичен к самости, которой обладает персона. Отличия между Я-самостью и Я-концепцией кардинальны и коренятся в представленности индивида. Следовательно, как феномен я-концепция

студентов проявляет разнотипные природу и соотносится с персональными чертами личности [3, с. 29].

Используя концепт структурности, возможно акцентировать в составе компонента отдельные блоки проблемности:

1. Самопознание – личность приходит к созданию феномена **Я**-понимания, в котором проявляется *когнитивный ракурс*. Это подразумевает вовлечение персоны в описание свойств собственной личности, когда студент формирует устный, умозрительный или письменный образ внешнего облика, характеристик, роли в социальной среде, содержательного ракурса мнения и позиции к самому себе, а также формирует предположение о наработанных компетенциях. Существенно, что аналитический функционал самопознания понимается как обязательная фракция для индивида, психическое здоровье которого оптимизируется психотерапевтическими методиками [4].

2. Самоотношение – студент формирует Я-отношение, используя такие ресурсы как элементы *эмоционально-оценочной деятельности*, давая *характеристику* личностной сферы как в целом, так и по отдельности, чтобы выразить мнение о поступках, качествах, навыках, а также приобрести самооценку в конкретной отрасли.

3. Саморегуляция проявляется на уровне Я-поведения, когда студент актуализирует *поведенческие ракурсы Я-концепта* и *отмечает на соотношение* поведения и его проявлений в связи с собственным мнением, а также с запросами социальной среды, моральных установок, стыда.

Используя целостный подход как средство детализации содержательного компонента позитивной Я- концепции студента, следует отделить от его самопознания отдельные составляющие, такие как умение понять и принять собственные цели и идеалы, интересоваться ими и наблюдать за их реализацией, умение емко и полно рефлексировать и самоанализировать ситуацию.

Для блока самоотношения неотъемлемыми фракциями понимают такие качества как уважение к собственной персоне, доверие и уверенность в

достижении поставленной цели, притязания на адекватном уровне запросов, справедливость самооценочных суждений. Для ракурса поведенческого проявления феномена типичны такие условия как строгость самовоспитательного воздействия, стойкость ориентира самопреобразоваться, стабильный и многофакторный самоконтроль, компетентность в психологическом секторе, стабильность в эмоциональной сфере, чёткая личностная доминанта мотива по достижению успеха.

Упорядочив и интегрировав обозначенные положения, отметим, что формирование позитивной я-концепции у студентов представляется для современного научного сообщества вопросом проблематичным, так как ученые понимают концепт как реализацию процесса, в итоге которого индивид формирует компетенции эффективной социальной коммуникации, персонализирует позицию к учебе, труду и будущей специальности, самоактуализируя плоскость личностного пространства.

Говоря о сути самоактуализации как о проблемной психологической дефиниции оптимально опираться на мнения А.В. Иващенко, В.С. Агапова, И.В.Барышниковой, так как данными исследователями предположение о современном видении характеристик Я-концепции самоактуализирующейся личности раскрыто наиболее ёмко. Авторы обозначают идею как реализацию сущностного начала, создание системы ценностей для отношения к собственной личности и позиции окружающих, умение идти к цели или расти как личность самозабвенно и полно, возможность осознать внутренний мир как единый, подавив множественность его ракурсов и изучая требования сущностного начала личности, умение держать ответ за выбор, слова и действия, честно и мужественно трудиться, провоцируя проявления собственного потенциала [3, с. 20].

Особенно интересным полагаем видение проблемы дефиниции самоактуализации, озвученной автором Г.В. Гребеньковым. Мнение исследователя состоит в том, что феномен обозначается исключительно как длящийся во времени процесс личностного саморазвития, в ходе которого

студент активизирует присутствующие потенциальные возможности, стремится проявить себя в учебе и профессиональной ориентации, чтобы не прекращать роста личностной сферы и ее самосовершенствования. Следовательно, студент обретает содержательные ориентиры бытия, воспринимает как цели позитивные ценности и креативно проявляет богатство внутреннего мира в социальной среде [4].

Выводы

Резюмируем, что проблематичность формирования позитивной я-концепции у студентов, формирующейся в годы учебы в вузе, состоит в том, что дефиниция приобретает огромную по значимости роль эталона, вдохновляющего личность на становление и совершенствование качеств и параметров.

Заключение

В настоящей работе подан ёмкий и глубокий анализ проблем формирования позитивной я-концепции у студентов как интегрированного процесса, когда студент начинает работу с базисом генетического уровня и достигает вершин креативного владения профессиональным мастерством. Обозначенный механизм создает возможность идентифицировать индикаторы по содержательным параметрам Я-концепции, отображающим темпы и динамику становления личностного феномена.

Структурно для проблемы и ее решения в итоге оптимальной реализации позитивной я-концепции у студентов включены блоки-приоритеты, опора на которые дает мощный фундамент для исследователя феномена у студентов высшей школы, нацеленного уяснить насыщенность психологического микроклимата уникальными факторами и инструментами развития позитивной Я- концепции в процессе прикладной реализации вопроса, а не только исключительно на базе теоретических предпосылок.

Список литературы:

1. Кон И.С. В поисках себя: Личность и ее самосознание. М.: Политиздат, 1984. 335 с.
2. Кон И.С. Открытие «Я». М.: Политиздат, 1978. 366 с.
3. Иващенко А.В., Агапов В.С., Барышникова И.В. Проблемы Я- концепции личности в отечественной психологии // Мир психологии. 2002. №2. С. 17-29.
4. Гребеньков Г.В. Проблемы структуры и развития личности (ценностный аспект). Донецк, 1989. 21 с.

РУБРИКА 5. «СОЦИОЛОГИЯ»

ВОЗМОЖНОСТИ PR ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ

Калугина Диана Анатольевна

*студент Пятигорского государственного университета,
РФ, г. Пятигорск*

Боташева Асият Казиевна

*научный руководитель, д-р полит. наук, доцент, Пятигорский
государственный университет,
РФ, г. Пятигорск*

PR-агентства напрямую зависят от финансового благополучия компаний, которым они оказывают услуги. А многие бизнесы сейчас на грани банкротства и безвозвратно или временно покидают агентства. Бюджет на PR сокращается, сотрудники отправляются в длительные отпуска.

Как будет восстанавливаться PR-рынок и что нужно делать уже сейчас, чтобы максимально мягко приземлиться после пандемии, рассказывает Татьяна Зайцева, директор по развитию lifestyle-проектов коммуникационного агентства PR Perfect.

Рынок коммуникаций в lifestyle-сегменте после пандемии будет реанимироваться неравномерно, как это видно из опыта Китая. И отсюда уже четко прослеживаются некоторые тенденции. На формирование определенных трендов сильно повлияют новые привычки потребителей и трансформация старых. Здесь компаниям и потребуется мощная PR-поддержка.

Люди не любят новое, не любят перемены. Это задача, которую придется решать PR-специалистам уже сейчас — нивелировать негатив, связанный с изменениями привычного образа жизни.

На подъеме будут онлайн-сервисы и услуги, которые до кризиса были чужды приличной доли нашего консервативного населения. В исследовании коммуникационной компании Brands2Life говорилось, что такие проблемы, как

плохое обслуживание клиентов, конфиденциальность и безопасность данных, стали основными причинами, почему потребители отказывались от онлайн-брендов.

А согласно докладу «Walk the Talk: What Consumers Expect from Today's Online Brands», 41% потребителей прекратили или стали меньше использовать онлайн-бренд из-за плохой репутации.

Речь идет о периоде до распространения коронавирусной инфекции. Но после пандемии эти данные могут измениться. Во время карантина спрос на онлайн-покупки вырос в разы.

Частое и вынужденное использование онлайн-сервисов на карантине побудит людей задуматься о смене потребительского поведения, а бренды, в свою очередь, должны позаботиться о работе над своей репутацией и повышении качества сервиса. Интерес к PR-услугам среди онлайн-брендов начнет расти.

Так как онлайн-сервисы продают и общаются с покупателями только онлайн, особенно востребован будет digital PR, специальные проекты с онлайн-СМИ, видеоконтент, а также продолжится активное продвижение в социальных сетях и через инфлюенсеров. Публикации в печатных СМИ окончательно отомрут.

В настоящее время с 19 марта по всей России введен режим повышенной готовности из-за угрозы распространения коронавируса. Людей призывают самоизолироваться. Большинству компаний приходится переводить сотрудников на удаленную или отправляют в незапланированный отпуск, те компании, которые еле держатся на плаву лишаются полностью или частично своего персонала. Откладываются и отменяются все массовые и немассовые мероприятия, как локального, так и международного масштаба. К сожалению мир уже не станет прежним, а экономика будет приходить в себя будет еще очень долго. И если компании хотят выжить в текущих условиях, то выход один — адаптироваться. И начинать нужно прямо сейчас.

Самое важное, что нужно сделать, — подружиться со своей аудиторией. Чтобы когда все это закончится, люди помнили, что вы проявили себя как друг, как помощник, а не как безразличный бренд, думающий о себе, а не о них.

Что PR-специалист может предпринять уже сейчас, чтобы извлечь пользу для бренда в период коронавируса?

1. «Противовирусный» PR

Сейчас все население ищет стабильности и немного безопасности. Поэтому именно это и необходимо дать своим клиентам.

Самый первый шаг - это вовремя и правильно освещенная позиция в СМИ. Одним из эффективным инструментов, а также безопасным и стратегически выигрышным в условиях рынка на данный момент становится именно PR. От четкой информационной позиции и устойчивости бренда сейчас зависит завтрашний успех компании.

PR — это планомерные, стратегические, позитивные коммуникации бренда с целевой аудиторией. Именно такой формат коммуникаций, а не прямая реклама сейчас имеют место быть и принесут правильный ответ аудитории.

Необходимо показать аудитории аудитории, что вы не уходите от проблемы, а признаете ее и берете во внимание с полной ответственностью. А готовы на многое, чтобы позаботиться о своих потребителях и сохранить комфортные условия взаимодействия с брендом в условиях пандемии.

Сейчас самое время, когда бренд может выстроить правильные доверительные и дружеские отношения со своей аудиторией, предложив правильно настроенный контент, который будет нести полезный и позитивный посыл в условиях пандемии.

2. Бесконтактная доставка

Задайте себе вопрос: что ваша компания может сделать хорошего для покупателей в данный момент? Разберитесь, как ваш бренд и ваша сфера могут быть полезны людям. Задача — придумать яркий эмоциональный инфоповод,

которым захочется поделиться. Тогда ваша новость разлетится по СМИ, и это даст дополнительный охват и лояльность аудитории.

Бесконтактная креативная рассылка по редакциям и блогерам также великолепный формат сейчас.

3. Фокусируемся на SMM

Карантин — это не только самый рекомендуемый способ противостоять коронавирусу, но и отличный повод потреблять в пять раз больше информации из соцсетей. Именно это сейчас показывает статистика по всему миру.

Статистика Facebook и Instagram бьет сейчас все рекорды. В данный момент как никогда важно стильно и продаваемо упаковать ваши социальные сети и заново настроить таргет. Обновить рекламные макеты, напомнить целевой аудитории о ваших товарах и предложить безопасную доставку.

4. Онлайн-мероприятия как новый тренд

Многие образовательные платформы сделали платные онлайн-курсы доступными для всех без подписки, некоторые видеосервисы предоставили бесплатный доступ к премиальному контенту. Их посещаемость выросла в 5-10 раз, а рекламные ценники — в 2-3 раза.

Подумайте над темой вебинара, образовательного курса или просто чаще выходите в интересные интерактивные прямые эфиры в соцсетях. Массовая отмена мероприятий — это лишь повод повнимательнее присмотреться к онлайн-форматам.

Мировые бренды уже отреагировали: группа LVMH начала выпуск антисептических гелей, переоборудовав линии, на которых ранее делали духи и косметику марок Christian Dior, Guerlain и Givenchy. Компания планирует бесплатно доставлять произведенные антисептические средства в органы здравоохранения Франции.

Множество компаний предложили бесконтактную доставку покупок: курьер оставляет посылку у двери, отходит на три метра, покупатель забирает посылку и сообщает курьеру, что все в порядке, курьер уходит. Эта мера призвана предотвратить распространение коронавируса.

Именно сейчас важно задуматься о том, как возможно поднять бренд и не упасть вниз во время пандемии. Вся сложившаяся ситуация непременно закончится, а репутация вашей компании останется в памяти клиентов. Поэтому важно принимать взвешенные решения своевременно, а также помнить, что ваша работа нацелена на клиента.

Список литературы:

1. Фил Барден Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем. - Москва: МИФ, 2014. - 304 с.
2. Коммуникативный менеджмент: Рабочая кн. менеджера PR. / А.Б. Зверинцев. - СПб.: БХВ-Петербург, 2018. - 224 с.
3. Денис Каплунов Нейрокопирайтинг. 100+ приёмов влияния с помощью текста. - Москва: Эксмо, 2016. -352 с.
4. Э.А. Смирнов Стратегический менеджмент, ориентированный на бренд. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2017. - 320 с.

ОБЩЕНИЕ СО СМИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Калугина Диана Анатольевна

*студент Пятигорского государственного университета,
РФ, г. Пятигорск*

Боташева Асият Казиевна

*научный руководитель, д-р полит. наук, доцент,
Пятигорский государственный университет,
РФ, г. Пятигорск*

Только сейчас начинаешь понимать, как удобно было знакомиться с журналистами на конференциях, отдавать продукт или сервис на тест, звать на кофе и приглашать в офис на демо. Мир начал стремительно меняться с приходом писем об отмене мероприятий, и сейчас, окончательно стал другим, когда все закрыты дома.

Для кого-то, кто только начал свою карьеру, такая реальность является отправной точкой. Если вы еще не успели познакомиться «лицом к лицу» с журналистами, и пытаетесь анонсировать запуск продукта или просто рассказать какие-то новости компании, придется немножко «покреативить».

Если рассматривать мировой опыт, все относительно просто, если вы, условно, американская компания (с HQ в Штатах), нацеленная, в основном или исключительно, на американский рынок. Журналисты вполне охотно читают письма, если к названию компании прибавлено, что он базируется в каком-то знакомом и близком городе — Нью-Йорк, Долина, Лондон. Однако, ситуация становится немного сложнее, когда вы базируетесь в иной от таргетированного рынка стране.

Конечно, наличие новостей как, например, раунд инвестиций (даже небольшой по размеру и от небольших фондов), обычно помогает с освещением продукта в СМИ (с учетом, что вы следите за СМИ того рынка, куда выходите). Первым делом, найдите журналиста, кто пишет про венчурное финансирование. Это достаточно просто. С помощью поисковика, ключевых слов и фильтра «Новости» вы найдете последние публикации и их автора. Конечно, все хотят попасть в Techcrunch, но есть и другие издания, например

Silicon Canal, CNBC, Sifted и много других. Контактная информация журналиста будет либо на сайте, либо у него в Твиттере, либо можно воспользоваться сервисами, типа rocketreach.

Затем, после обмена письмами и звонка, если новость взяли и написали материал, «идите» с ссылкой по журналистам, кто пишет про вашу индустрию, делает обзоры и/или аналитику. То есть, начинайте второй заход, но уже по тем журналистам, кто пишет обзоры и новости про конкурентов. Не стесняйтесь писать «Видел(а) вашу публикацию про X, мы делаем похожий продукт, вот про нас вышла новость про раунд инвестиций, будем рады, если вы тоже заинтересуетесь, давайте, я вас расскажу всё». Также абсолютно правильным будет использовать все вышедшие материалы в социальных сетях в промотированных постах с правильным таргетингом не только на потенциальных пользователей, но и на редакторов и инвесторов.

Важно обратить внимание начинающим пиарщикам, что не стоит писать при общении «надеюсь, у вас все хорошо со здоровьем». Все шутки, что вы хотите сказать о панике или коронавирусе, тоже оставьте. Многие люди относятся к ситуации очень серьезно, и это справедливо. Эпидемиологи полагают, что на самом деле лучше ошибиться с осторожностью.

Также не стоит устраивать бомбардировку. Почта всегда является предпочтительным способом связи, затем — твиттер, затем опять почта. Если вам не отвечают день, это нормально, можно сделать follow up. Если и после него тишина – идите дальше.

Вот несколько советов для размышления.

1. Не стоит пытаться привязать новость к повестке про эпидемию. Журналисты и редакторы завалены подобными питчами. Вместо этого найдите полезную и новую информацию о вашем рынке и поделитесь с журналистом. Если данные действительно хороши, он/она отметит вас для дальнейшего общения. Обычно об этом можно догадаться по письму с текстом «Спасибо за информацию, сейчас я занят(а) иной темой, но позже сможем вернуться к обсуждению».

2. Не всегда нужно путешествовать, чтобы встретиться с представителем глобальной медиа: многие из них до сих пор поддерживают постоянную сеть местных корреспондентов. Их нахождение и поддержка связи всегда должны быть вашим приоритетом. Даже если ваша сфера деятельности не является их основной темой, хороший, достойный бизнес-кейс либо подтолкнет их к соавторству материала о вашей компании, либо вас свяжут с коллегой из штаб-квартиры.

3. Обратите внимание на информационные письма (newsletters), такие как Fortune, Reuters, Axios или Nuzzel. У них есть свои редакторы и журналисты, и, если вы пришли с интересной для них информацией, последующие телефонные звонки и обмен электронной почтой не заставят себя ждать.

4. Еще одна вещь, которую обязательно нужно освоить для поиска контактов и размещения ссылок на публикации о вашей компании — это LinkedIn. Промо-посты в ней можно также настроить, чтобы охватить определенную группу журналистов и редакторов. Потратьте время на подготовку лаконичных постов, редакторы оценят «человеческий язык» и интересную подачу.

5. Если вы успели договориться с журналистом о встрече, свяжитесь с ним/ней заранее и предложите телефонный звонок (или VR Chat). Если это hardware продукт, было бы неплохо предложить демонстрацию (опять же по конференцсвязи или в VR). Обязательно пригласите (добавьте) одного из ведущих разработчиков продукта на «встречу». Также предлагаю подготовить все возможные статистические данные, рисунки и диаграммы и обновить презентацию.

Относитесь к ситуации как к возможности получить новый опыт. Особенно, если вы только пришли в профессию. Кейсы во время пандемии будут особенно цениться в дальнейшем.

Список литературы:

1. И.И. Боброва Черный PR? Белый GR! Цветной IR: менеджмент информационной культуры. - М.: Вершина, 2016. - 464 с.
2. А.Ю. Вуйма Черный PR. Защита и нападение в бизнесе и не только. - СПб.: БХВ-Петербург, 2019. - 224 с.
3. Коммуникативный менеджмент: Рабочая кн. менеджера PR. / А.Б. Зверинцев. - СПб.: БХВ-Петербург, 2018. - 224 с.
4. Э.А. Смирнов Стратегический менеджмент, ориентированный на бред. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2017. - 320 с.

РУБРИКА 6. «ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ»

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ОБРАБОТКИ ПРИЗАБОЙНОЙ ЗОНЫ ПЛАСТА НА МУРАВЛЕНКОВСКОМ МЕСТОРОЖДЕНИИ

Крупин Антон Владимирович

*студент Тюменского индустриального университета,
РФ, г. Тюмень.*

Савастьин Михаил Юрьевич

*научный руководитель, канд. техн. наук, доцент
Тюменского индустриального университета,
РФ, г. Тюмень.*

Аннотация. В работе представлен анализ результатов проведения физико-химического воздействия на скважины при разработке нефтяных месторождений на территории Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

Ключевые слова: физико-химическое воздействие, нефтяные месторождения, потокоотклоняющие технологии.

По одному из нефтяных месторождений Ханты-мансийского автономного округа – Югры за период с 2011 по 2015 г. было выполнено 113 обработок нагнетательных скважин, по состоянию на 01.01.2016 г. дополнительная добыча составила 25,3 тыс. тонн, удельная эффективность тонн на скв./обр. 224. Успешность обработок – 73,6%.

Накопленная дополнительная добыча нефти составила 77 тыс. т нефти, что составило 2% от добычи нефти по месторождению за период действия ГТМ, удельная дополнительная добыча 987 тонн на одну обработку.

Средний объем закачки химических составов – 705 м³.

Обработки нагнетательных скважин в большинстве случаев положительно сказались на работе окружающих добывающих скважин, позволили снизить

(или стабилизировать) обводненность продукции на различных участках, что способствовало снижению темпов падения добычи нефти.

Средние изменения технологических показателей для добывающих скважин, положительно отреагировавших на ФХВ, следующие:

- дебит нефти в среднем по скважинам увеличивается на 0,5-2 т/сут;?
- дебит жидкости в среднем по скважинам?
- увеличивается на 3-9 т/сут, сокращение попутно добываемой воды за?
- период составило 1788 тыс. тонн.

Средняя приемистость скважин, обработанных ФХМ, сократилась на 7% (с 345 м³/сут. до 320 м³/сут.)

Рекомендуется:

1. Работы по ВПП продолжить в больших объемах и проводить по отдельным участкам (блокам) в целом или по отдельно расположенным очаговым скважинам, по обработанным скважинам необходимо снизить давление закачки на 2-3 МПа ниже давления разрыва для предотвращения преждевременного разрушения кольматирующих экранов [1-3].

2. Для получения максимального эффекта необходимо применение комплексных технологий увеличения нефтеотдачи [4, 5].

Список литературы:

1. Авторский надзор за реализацией Дополнения к проекту разработки Муравленковского нефтегазового месторождения, ОАО «СибнефтьНоябрьскнефтегаз», ООО «Газпромнефть НТЦ». М., 2013.
2. Дополнение к проекту разработки Муравленковского месторождения, ООО «Газпромнефть НТЦ». СПб-Тюмень, 2013.
3. Пересчет запасов нефти, свободного и растворенного газа и ТЭО КИН Муравленковского газонефтяного месторождения, ООО «Газпромнефть НТЦ». СПб-Тюмень, 2012.
4. Проект разработки Муравленковского нефтегазового месторождения, ОАО «Газпром нефть», ОАО «СибнефтьНоябрьскнефтегаз», ОАО «ВНИИнефть», ЗАО «ВНИИнефтьЗападная Сибирь». Москва-Тюмень, 2013.
5. Иванихин В.В. Методика расчёта концентраций в атмосферном воздухе вредных веществ. М.: 1987.

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ГИДРАВЛИЧЕСКОГО РАЗРЫВА ПЛАСТА НА МУРАВЛЕНКОВСКОМ МЕСТОРОЖДЕНИИ

Крупин Антон Владимирович

*студент Тюменского индустриального университета,
РФ, г. Тюмень*

Савастьин Михаил Юрьевич

*научный руководитель, канд. техн. наук, доцент
Тюменского индустриального университета,
РФ, г. Тюмень*

Аннотация. В работе проведен сравнительный анализ проведения гидравлического разрыва пласта в скважинах при различных системах размещения (пяти, семи, девяти точечной) скважин при разработке нефтяных месторождений.

Ключевые слова: гидроразрыв пласта, нефтяные месторождения, Западная Сибирь

В скважинах с загрязненной призабойной зоной наблюдается падение добычи жидкости при сохранении тех же условий эксплуатации, более низкие значения дебита по сравнению с расположенными поблизости скважинами данного месторождения.

Выявление таких скважин осуществляется на основе промысловых данных либо в результате расчета.

Расчетный метод состоит в следующем: оценивается радиус области дренирования скважины и вычисляется дебит жидкости по формуле Дюпюи; если расчетный дебит значительно выше фактического, то можно предположить, что имеется загрязнение призабойной зоны.

Кроме того, ухудшение коллекторских свойств в призабойной зоне может быть выявлено по результатам гидродинамических исследований.

Трещины гидроразрыва обеспечивают связь скважины с областью пласта неухудшенной проницаемости.

Гидроразрыв в скважинах с загрязненной призабойной зоной позволяет не только восстановить первоначальную добывную способность скважин, но и добиться ее значительного превышения. Увеличение производительности скважины после ГРП определяется соотношением проницаемостей пласта и трещины и размерами трещины.

Причем дебит скважины не возрастает неограниченно с ростом длины трещины.

Существует предельное значение длины трещины, превышение которого не приводит к росту дебита жидкости.

Целесообразность проведения ГРП не во всех добывающих скважинах.

Расчеты показывают нецелесообразность обработки всех добывающих скважин, так как при этом достигается незначительный прирост дебита системы по сравнению со случаем, когда обработана лишь часть скважин.

Так, например, для пяти- и обращенной семиточечной систем расстановки скважин обработка всех добывающих скважин по сравнению со случаем, когда обработана лишь половина скважин (через одну), приводит к увеличению среднего дебита всего на 5–13%. Для обращенной девятиточечной системы прирост дебита при проведении ГРП во всех добывающих скважинах по сравнению со случаем, когда обрабатываются лишь скважины, расположенные в середине сторон элемента, составляет менее 5%.

Для трехрядной системы обработка всех добывающих 172 скважин или только скважин первого и третьего рядов дает практически одинаковый результат [1, 2]. Высокая эффективность гидроразрыва в нагнетательных скважинах.

Высокая эффективность проведения ГРП в нагнетательных скважинах для обращенных семи-, девятиточечной и трехрядной систем расстановки скважин.

Гидроразрывы в добывающих скважинах не приводят к ожидаемому приросту добычи нефти, если они не обеспечиваются необходимым объемом закачки или энергетической "поддержкой" со стороны пластовой системы.

Кратное увеличение дебита системы в результате ГРП происходит лишь при одновременной обработке добывающих и нагнетательных скважин.

Учет ориентации трещин при гидроразрыве в обводненных добывающих скважинах в краевых зонах пласта и в рядных системах разработки. Влияние ориентации трещин на обводненность после ГРП оказывается наиболее существенным при рядных системах расстановки скважин и в краевых зонах пласта. В этих случаях ориентация трещин является важным фактором, определяющим долю воды в продукции скважин после ГРП.

Возможны как резкое падение, так и быстрый рост обводненности. Время, в течение которого затем восстанавливается первоначальное значение, может быть сопоставимо с продолжительностью эффекта ГРП.

Если трещина ориентирована параллельно нагнетательному ряду или водонефтяному разделу, то гидроразрыв приведет к замедлению роста обводненности или даже к значительному снижению этого показателя.

В данном случае эффективность ГРП даже в обводненных скважинах может оказаться достаточно высокой.

Если трещина ортогональна водонефтяной границе или нагнетательному ряду, то эффект ГРП может оказаться отрицательным.

В случае благоприятной ориентации трещин целесообразно проведение повторных ГРП для получения дополнительного эффекта [3-5].

Для площадных систем разработки эффекты, связанные с изменением обводненности из-за различной ориентации трещин, носят непродолжительный и менее выраженный характер, поэтому их можно не учитывать.

Список литературы:

1. Авторский надзор за реализацией Дополнения к проекту разработки Муравленковского нефтегазового месторождения, ОАО «Сибнефть-Ноябрьскнефтегаз», ООО «Газпромнефть НТЦ». Москва, 2013.
2. Дополнение к проекту разработки Муравленковского месторождения, ООО «Газпромнефть НТЦ». СПб -Тюмень, 2013.

РУБРИКА 7. «ФИЛОЛОГИЯ»

ИНТЕРМЕДИАЛЬНОЕ ЗАНЯТИЕ КАК СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ВО ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ЛИТЕРАТУРЕ

Билалова Диниза Равхатовна

*студент, Башкирский государственный педагогический
университет им. М. Акмуллы,
РФ, г. Уфа*

Шуралев А.М.

*научный руководитель, д-р филол. наук,
Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы,
РФ, г. Уфа*

Рассмотрев особенности инновационных форм внеурочной деятельности по литературе, мы пришли к выводу, что первое направление данной – это интеграция учебных дисциплин образовательных областей «Филология» и «Искусство». Второе направление внеурочной деятельности связано с использованием образовательных возможностей Интернета: виртуальные экскурсии, литературные презентации и т.д. Также интересна исследовательская деятельность, которая является одной из инновационных форм внеурочной работы.

Учитывая вышесказанное, мы приходим к выводу, что именно для успешной организации внеурочной деятельности по литературе эффективно использовать интермедиаальную форму деятельности.

Понятие «интермедиаальность» появилось в терминологическом аппарате философии, искусствоведения и филологии в последние годы XX века, заняв соответствующее место в одном ряду с понятиями «взаимодействие искусств» и «интертекстуальность» [3, с.149]. Чтобы конкретизировать данный термин, мы считаем необходимым рассмотреть понятие «медиа», которое сегодня употребляется с целью обозначения широкого информационного пространства,

которое образуется средствами массовой информации. В системе любой художественной культуры при этом информационное пространство оформляется не только в результате деятельности средств массовой информации.

Наиболее широкое толкование понятия «медиа» предложено известным отечественным философом И.П. Ильиным, который исходил из того, что любая знаковая система, как внехудожественная, так и художественная, оформляясь в текст, составляет часть информационного пространства и становится источником информации. «Под этим многозначным термином, по мнению философа, понимается не только собственно лингвистические средства выражений и чувств и мыслей, но и всякие знаковые системы, в которых какое-либо сообщение закодировано. Все они, с семиотической точки зрения, являются равноправными средствами для передачи информации, будь то цвет, тень, слова писателя, звуки музыканта, линии художника, творения архитекторов и скульпторов, и, наконец, представление зрительного ряда на плоскости экрана (фильмы, кино) – в совокупном плане все это представляет собой те медиа, которые организуются в каждом виде искусства по своим правилам – код, представляющий собой специфический язык определенного вида искусства. Вместе все, по словам Ильина, образует «большой язык» культуры конкретной исторической эпохи» [3, с. 125].

Таким образом, «интермедиальность» определяется через каналы художественных коммуникаций между языками разных видов искусств. Так как интермедиальность предполагает организацию текста с помощью взаимодействия различных видов искусств, то в работу в данном случае включаются разные семиотические ряды. В системе интермедиальных отношений поэтому, как правило, сначала осуществляется перевод одного художественного кода в другой, а затем происходит взаимодействие, но на смысловом уровне, а не на семиотическом. Следовательно, включение элементов других видов искусства в вербальный ряд, нехарактерный для них, модифицирует значительно сам принцип взаимодействия искусств.

Описание картины, например, переносит в литературный текст образный смысл формы, колорита, цвета, композиции и т.д. «Транспонировка» «визуальных» элементов в вербальный ряд порождает в то же время особый художественный эффект: когда свобода зрительных ассоциаций утрачивается, как при восприятии живописи, и возникает цепочка ассоциаций. Иными словами, интермедиальность можно рассматривать как наличие в художественном тексте таких образных структур, заключающих в себе информацию о других видах искусства.

Соответственно, интермедиальный анализ намечает подходы к различным исследовательским (искусствоведение, литературоведение, рецептивная эстетика) и проблемным (поэтика литературного текста, живопись, литература, музыка) направлениям. Под интермедиальными инкорпорациями понимают словесные описания произведений искусства, содержащиеся в художественном произведении (мотивы скульптуры, живописи, музыки).

Но метод интермедиального анализа выдвигает свои требования к тексту: такой анализ применен не может быть к абсолютно любому литературному произведению, так как анализировать произведения в подобном ключе допустимо только с определенной эпохи (для русской литературы – это XIX–XX века), хотя отдельные литературные произведения, написанные значительно раньше, также можно изучать через данный вид анализа.

Освоение произведений других видов искусства литературным текстом идет по двум основным направлениям:

- изучение опыта предшественников, когда сознательно произведение другого вида искусства в структуре литературного текста воспроизводится,
- освоение в других областях искусства художественных открытий современности (живопись, архитектура, скульптура, музыка, театр, позднее кино) [29].

То есть термином «интермедиальность» можно определить феномены взаимодействия разных видов искусств, так как актуализируются в данном случае связи на уровне художественных средств. Своеобразие любого

произведения искусства состоит в том, что оно может как принимать в свою структуру интермедиальные элементы (т.е. включение в себя средств других видов искусств), так и самому становиться источником подобных медиа для других творений.

В данном случае разграничивать необходимо прямую и обратную интермедиальные связи. Прямые связи – это включение в произведение интермедиальных элементов, т.е. внутренние связи любого вида искусств с другими видами, т.е. принятие. Обратные связи предполагает то, что элементы произведения, которое относится к какому-либо конкретному виду искусств, включены в систему другого художественного произведения, которое принадлежит к иной сфере искусств. Это так называемое внешнее взаимодействие, отдача.

Первая вид интермедиальности связан с моделированием в литературе материальной фактуры другого вида искусства, то есть речь, например, идет о визуальных формах в поэзии, о мелодике поэтической речи (анаграммах, листовертнях, палиндромах, акrostихах) либо прозы. Второй вид интермедиальности – это проекция в литературном тексте формообразующих принципов архитектурного сооружения, музыкального произведения, живописного полотна или кинокартины (означаемое–символ–транспозиция). Третий вид интермедиальности основывается на инкорпорации мотивов, образов, сюжетов произведений одного медиального ранга – только графики, музыки, скульптуры и т.д. – в произведения другого медиального ранга – например, литературы.

В рамках устоявшихся и развиваемых литературных составляющих мы можем выделить некоторые разновидности следующих интермедиальных категорий:

- интермедиальный элемент в качестве наименьшей составляющей литературного текста, который создан во взаимодействии искусств (к примеру, в литературном тексте присутствует название какого-либо музыкального инструмента);

- интермедиаальный герой в качестве образа персонажа, который представлен в ракурсе нескольких видов искусств (например, герой-писатель или герой-композитор);
- интермедиаальная композиция в качестве использования структуры произведения другого вида искусства (например, когда рассказ по композиции напоминает русскую народную песню);
- интермедиаальный жанр в виде жанра, который представлен может быть в разных видах искусств [3, с. 210].

Проведение интермедиаальных занятий во внеурочной деятельности по литературе способствует развитию у обучающихся эстетического вкуса и приобщению к разным видам искусства (живописи, музыке, кино). Такое приобщение к миру искусства всегда способствует более целостному, внимательному восприятию художественного текста детьми, обогащая при этом методику школьного изучения литературы современными методами и приемами. Знакомство с различными видами искусства помогает детям на уроках и внеурочных занятиях по литературе раздвинуть жизненные горизонты и развивать духовно-нравственные потребности.

Наиболее часто, конечно, используется на уроках и внеурочных занятиях по литературе связи с музыкой и живописью, так как эти виды искусства возникают из самой жизни и ее частью являются. У музыки, живописи и литературы предостаточно общих точек соприкосновения. Следовательно, если педагог будет развивать внимание, мышление, воображение и речь детей средствами музыки и живописи, то возможно ожидать от них более трепетного отношения к цвету, звуку, слову, собственным и чужим эмоциям и чувствам.

Изучив особенности инновационных форм внеурочной деятельности по литературе, мы пришли к выводу, что первое направление данной – это интеграция учебных дисциплин образовательных областей «Филология» и «Искусство». Второе направление внеурочной деятельности связано с использованием образовательных возможностей Интернета: виртуальные экскурсии, литературные презентации и т.д. Также интересна исследо-

вательская деятельность, которая является одной из инновационных форм внеурочной работы. Соответственно, мы приходим к выводу, что именно для успешной организации внеурочной деятельности по литературе эффективно использовать интермедиаальную форму деятельности.

Проведение интермедиаальных занятий во внеурочной деятельности по литературе способствует развитию у обучающихся эстетического вкуса и приобщению к разным видам искусства (живописи, музыке, кино). Такое приобщение к миру искусства всегда способствует более целостному, внимательному восприятию художественного текста детьми, обогащая при этом методику школьного изучения литературы современными методами и приемами. Знакомство с различными видами искусства помогает детям на занятиях по литературе во внеурочной деятельности раздвинуть жизненные горизонты и развивать духовно-нравственные потребности.

На занятиях литературы во внеурочной деятельности наиболее частотны связи с музыкой и живописью, так как у этих видов искусства и литературы много общих точек соприкосновения, а педагог, развивая внимание, мышление, воображение и речь детей средствами музыки и живописи, может сформировать у них более нежное отношение к цвету, звуку, слову, к собственным и чужим чувствам и т.д.

Список литературы:

1. Конаржевский Ю. А. Проект единого педагогического пространства школы развивающего обучения. – Калининград, 1996. – 346 с.
2. Крылова О. Освоение Амазонии, или Исследовательские методы проектов в преподавании // Директор школы. - 1999. - № 2. – 71 с.
3. Ильин, И.П. Постмодернизм от истоков до конца столетия: эволюция научного мифа [Текст] / И.П. Ильин. – М.: Интрада, 1998. – 250 с.

КОНЦЕПТ BEAUTY В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЕ

Гимбатова Патимат Шамиловна

*студент, ФГБОУ ВПО Дагестанский государственный университет,
РФ, г. Махачкала*

Магомедова Саидат Магомедовна

*научный руководитель, канд. филол. наук, ФГБОУ ВПО Дагестанский
государственный университет,
РФ, г. Махачкала*

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию особенностей языковой репрезентации концепта BEAUTY в англоязычной рекламе.

В результате проведенного исследования концепт BEAUTY является значимым для английской концептосферы и его исследование в английской рекламе позволяет в полной мере раскрыть национально-культурную специфику мышления носителей английского языка.

Abstract. This article is devoted to the study of the features of the linguistic representation of the concept of BEAUTY in English advertising.

As a result of the study, the concept of BEAUTY is significant for the English conceptosphere and its study in English advertising allows us to fully reveal the national-cultural specificity of thinking of native English speakers.

Ключевые слова: реклама, концепт гендерные стереотипы, концептосфера.

Keywords: advertisement, the concept of BEAUTY, gender stereotypes, conceptosphere.

Реклама сегодня является частью культуры, так как она влияет не только на поведение аудитории, но и на развитие личности, формируя как языковые, так и неязыковые стереотипы.

Уэллс Уильям, Мориарти Сандра и Бернет Джон дают наиболее развернутое и широкое определение рекламы, говоря, что реклама – это оплаченная неличная коммуникация, осуществляемая каким-либо спонсором и использующая средства массовой информации в том числе и интерактивные,

для того чтобы убедить целевую аудиторию в чем-либо или повлиять на нее определенным образом [2, с. 240].

Сигналы воздействия на покупателя в рекламе выражены с помощью концептов.

Термин «концепт» представлен во многих науках.

Ему характерны различные трактовки, характеристики и свойства. В.И. Карасик выделяет то, что если в когнитивной лингвистике концепты – это идеи независимые от языка, оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, то с позиции лингвокультурологии концепты являются спецификой культуры как совокупности человеческих достижений во всех сферах жизни [1, с. 135].

В структуре концепта можно обозначить такие его основные свойства и признаки, как константность, универсальность, культурная и историческая значимость, субъективность.

В ходе нашего исследования мы изучили особенности использования концепта BEAUTY в англоязычной рекламе.

Красота – это не просто присущая человеческой природе ценностная характеристика, но и акцент, фокусировка внимания аудитории на некоторые ее аспекты, которые достигаются или могут быть достигнуты благодаря рекламируемому продукту.

Изучение различных текстов англоязычной рекламы способствовало выявлению основных особенностей использования концепта BEAUTY в данном контексте. При анализе вербальной реализации концепта BEAUTY в англоязычных рекламных текстах представляется возможным говорить о следующих ипостасях красоты:

1. Внешняя красота (*appearance, look*):

Flawless appearance, no disappearance. Easy, breezy, beautiful («CoverGirl make-up»)

My coach made me feel good («Secret», средства по уходу за кожей);

2. Внутренняя красота (*inner state, soul*):

Beauty lives within us («Wellness», линейка витаминов);

Essential beauty from within («Perfectil tablets», бренд БАДов)

3. Красота – свойство, присущее женщине (*feminine feature, women's power*):

The most beautiful woman chooses our company («AVON», линейка товаров декоративной косметики);

Gorgeous girl dreams to meet the prince («Maxfactor», линейка профессиональной косметики).

4. Красота – синоним здоровья (*healthy look*):

Create a new future of healthy, radiant skin («Aveeno»);

Confidence is healthy beautiful skin («Bobbi Brown»);

5. Натуральная красота, красота от природы (*natural beauty*):

Fresh, healthy, natural skin («CoverGirl», косметический бренд);

The natural look, perfected («Bobbi Brown»);

6. Красота – источник счастья (*happiness*):

Stay happy always («Always», бренд товаров женской гигиены);

Have a bottle of happiness, free! («Clinique», косметический бренд);

7. Красота – молодость (*younger look*):

Get your rosy tone back («L'oreal» anti-age cream);

Want to look younger, longer? Take the right steps now («Aveeno»);

8. Красота – характеристика мужчин (*masculine character*):

Restrained character manifests itself in everything («Chevrolet», премиум класс автомобиля);

The quality of a good businessman in the beauty of his life («Wellness», линия спортивного питания для мужчин);

Проанализировав рекламные ролики, мы пришли к выводу, что гендерные стереотипы сегодня активно смещаются.

Как следствие, концепт BEAUTY начинает рассматриваться не только по отношению к женщине, но и по отношению к мужчине.

В связи с приведенными выше примерами мужского и женского речевого поведения мы можем выделить «женские» и «мужские» стили в рекламе.

Для «мужского» стиля характерно отсутствие пафоса, реклама сравнивается с откровенным разговором между двумя мужчинами.

Мужская речь предметна и логична, носит рациональный характер, ей свойственно отсутствие эмоционально окрашенной лексики.

Напротив, женская речь экспрессивна, эмоциональна, богаче в стилистическом отношении, в ней интенсивно используется оценочная лексика, метафоры, сравнения, гиперболы, а также фразеологические обороты, заключающие в себе сильную экспрессию.

Для «женского стиля» рекламных текстов характерно также употребление лексики в новых контекстуальных значениях и игра слов, которая свойственна мужской рекламе в меньшей степени.

Таким образом, в ходе проведенного исследования мы пришли к выводу, что концепт BEAUTY в рекламных текстах связан прежде всего с внешностью человека, а также с внутренней привлекательностью, демонстрируя здоровье внешне и изнутри.

В рамках данного концепта рассматривалась проблема гендерной специфики рекламы красоты, что способствовало изучению нами различий между мужским и женским речевым поведением в рекламе.

Список литературы:

1. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М., 2004
2. Уэллс С., Мориарти Дж. Б. Реклама: принципы и практика. СПб., 2007.

АББРЕВИАЦИЯ В МОЛОДЕЖНОЙ ПЕРЕПИСКЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Магомедова Саидат Магомедовна

научный руководитель, канд. филол. наук,
Дагестанский государственный университет,
РФ, г. Махачкала

Курбанова Перихан Арабхановна

студент, Дагестанский государственный университет,
РФ, г. Махачкала

Аннотация. В данной статье рассматривается процесс аббревиации как один из основных способов словообразования в виртуальном общении. В результате возникают аббревиатуры различного типа, которые широко применяются в неформальном общении. В ходе проведенного исследования популярных социальных сетей были выявлены наиболее употребляемые современные аббревиатуры в молодежных переписках.

Abstract. The article deals with the abbreviation process, which is considered as one of the main ways of word-formation in virtual communication. As a result, abbreviations of various types appear, which are widely used in informal communication. In the course of a study of popular social networks, the most used modern abbreviations in youth correspondence were identified.

Ключевые слова: аббревиация, аббревиатура, сокращения, социальная сеть, виртуальная коммуникация.

Keywords: abbreviation process, abbreviation, shortening, social network, virtual communication.

Сложно представить жизнь современного человека без социальных сетей. Они достаточно прочно вошли в повседневную жизнь людей и в частности в жизнь молодых людей. Общение молодежи в социальных сетях характеризуется стремлением передать максимальное количество информации, затрачивая минимальное количество усилий и времени. Для реализации данных

целей пользователи сетей Интернет влияют на язык, упрощая его и в тоже время вводя новые лексические единицы в английский язык.

Аббревиация является одним из основных способов словообразования в английском языке. Несмотря на то, что истоки данного процесса уходят в далёкое прошлое, особое внимание в изучении у многих отечественных и зарубежных исследователей он получил только после XX века. Социальные сети послужили толчком в образовании новых сокращений и аббревиатур не только в английском языке, но и во многих других европейских языках. По этой причине, мы можем сказать, что процесс аббревиации является одной из отличительных языковых особенностей общения молодых людей в социальных сетях.

Многие отечественные и зарубежные ученые занимаются изучением проблем аббревиации, но дать точное определение данному процессу сложно, так как каждый ученый выработал свою формулировку данного понятия. В данной статье мы будем придерживаться определения Арбековой Т. И. аббревиации как образование новых слов путем сокращения или же усечения основы. В результате данного способа словообразования создаются слова с неполной, усеченной основой или основами, называемые «аббревиатурами» [Арбекова 1977: 46].

Процесс аббревиации можно определить, как способ словообразования, заключающийся в усечении стандартного слова или словосочетания, результатом которого является образование аббревиатур.

Аббревиатуры являются сложным и многогранным явлением для изучения. По данной причине на сегодняшний день не существует единой классификации аббревиатур и каждый исследователь разработал свою типологию в соответствии с определенными критериями. Борисов В.В. сформулировал достаточно подробную классификацию аббревиатур. Одним из критериев в его классификации является способ произнесения. В соответствии с данным критерием аббревиатуры делятся на три типа: буквенные, звуковые и буквенно-звуковые.

1. Буквенные аббревиатуры произносятся как последовательность алфавитных наименований букв, которые входят в их состав: *ABM* от *antiballistic missile (defense)*.

2. Звуковые аббревиатуры произносятся не по алфавитным наименованиям отдельных букв, а как обычное слово: *SAC* от *Strategic Air Command*. Аббревиатуры данного типа принято называть акронимами.

3. Буквенно-звуковые аббревиатуры – это такой тип аббревиатур, в произнесении которых сочетаются оба вышеуказанных способа: *VTOL* от *vertical take-off and landing* или *MTOUSA om Mediterranean Theater of Operations, United States Army* [Борисов 1972:129].

Прежде чем рассмотреть сокращения в виртуальном общении, необходимо рассмотреть определение самого понятия «социальная сеть».

Социальная сеть – это социальная структура, состоящая из множества агентов (субъектов – индивидуальных или коллективных, например, индивидов, семей, групп, организаций) и определенного на нем множества отношений (совокупности связей между агентами, например, знакомства, дружбы, сотрудничества, коммуникации) [Губанов, Новиков, Чхартишвили 2010:4]. Впервые данный термин был введен социологом Джеймсом Барнсом в 1954 году. Первоначально понятие «социальная сеть» использовалось в социологии и только спустя некоторое время оно распространилось на другие гуманитарные науки. С развитием Интернета данный термин стал использоваться для обозначения любого веб-сайта, который предоставляет пользователям возможность создать свою личную страницу и общаться с другими людьми. Социальные сети играют важную роль в социальной и духовной сфере общественной жизни, образуют новый социальный институт. Социальные сети помогают установить и поддерживать дружеские, профессиональные, родственные отношения; производить постоянный обмен информацией, а также помогает многим людям самореализовать себя.

Для данной работы нами были исследованы молодежные чаты наиболее популярных на сегодняшний день социальных сетей, таких как Twitter и Instagram, и выявлены наиболее употребляемые пользователями аббревиатуры.

В первую очередь, чаще всего в молодежных переписках в социальных сетях мы встречаем аббревиатуры словосочетаний, выражающие эмоции человека:

LOL – Laugh(ing) Out Loud – умираю от смеха. Например, “I miss my school but I don’t need the exams lol”.

BWL – Bursting with laughter – разрываюсь от смеха, хохочу. “Wow slide 2 took an unexpected turn BWL”.

OMG – Oh, my goddess – Боже мой! “OMG u r literally trending, OMG I’m so happy for you”. Как мы видим из примера, данная аббревиатура выражает радость автора сообщения, но в некоторых случаях “OMG” может иметь негативное значение. Например, “OMG I can’t stand it. It’s so disgusting”.

ROFL – Rolling on the floor laughing – Катаюсь по полу от смеха.

– *“I can’t even remember what we used to talk about before Coronavirus”.*

– *“ROFL me neither”.*

Следующие аббревиатуры представляют собой вводные слова, являющиеся достаточно устойчивыми в использовании в молодежных переписках в социальных сетях Twitter и Instagram:

BTW – By the way – Между прочим; кстати. “You look beautiful. Peachy-orange colored make-up is my favorite btw”.

UC – You see – Видишь ли. “The show is supposed to be on May but uc the situation is not getting better”.

MB – Maybe – Может быть. “Ur welcome, I will for sure mb, take care, stay safe and healthy too”.

Пользователи социальных сетей Twitter и Instagram также часто предпочитают использовать сокращенную форму словосочетаний, выражающих пожелания или же вежливое отношение к собеседнику:

HAND – Have a nice day – Хорошего дня. “Sending you lots of love and hope u hand all”.

HAGN – Have a good night – Спокойной ночи. “I think it’s late now, was glad to talk to you. Hagn”.

Merry X’Mas – Merry Christmas – С Рождеством. “Merry X’Mas from our family!”

XOXO – Hugs and kisses – Целую, обнимаю. “Hoping you all had a very lovely day as well!! Xoxo”.

Существует особенная аббревиатура, использование которой является уместным только в сети Инстаграм. Это аббревиатура “DM”, несмотря на свою многозначность, также используется людьми в процессе коммуникации. Данная аббревиатура произошла от выражения “Direct Message” – личное сообщение.

“Did u send me something to DM?”

В переписке молодежи в социальных сетях Twitter и Instagram также можно встретить небольшую группу графических аббревиатур, среди которых большую популярность имеют цифровые аббревиатуры. Например, 2 – To, & – And – И, W/ – With – с.

Таким образом, мы видим, что в молодежных переписках в социальных сетях Twitter и Instagram широко используются различные виды аббревиатур и сокращений. Важно учитывать то, что их употребление не ограничивается только приведенными примерами. Ситуации, в которых они применяются, являются разнообразными.

Список литературы:

1. Арбекова Т.И. Лексикология английского языка (практический курс): учебное пособие. М.: «Высшая школа», 1977.
2. Борисов В.В. Аббревиация и акронимия. Военные и научно–технические сокращения в иностранных языках. М.: Военное из–во МО СССР, 1972.
3. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. М., Издательство физико-математической литературы, 2010.

РУБРИКА 8. «ЭКОНОМИКА»

ФИНАНСИРОВАНИЕ КАК ОСНОВНАЯ ФОРМА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ИННОВАЦИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Кошелева Елена Михайловна

*студент, Национальный исследовательский технологический университет
«МИСиС»,
РФ, г. Москва*

Фомина Ольга Александровна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент,
Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС»,
РФ, г. Москва*

Государство заинтересовано в поддержке инновационной деятельности ввиду многих факторов, включающих перспективность развития инновационного направления не только для региона, в котором осуществляется политика, но и для страны в целом. Оно стремится поддержать функционирование и развитие инновационного предпринимательства, ввиду чего оказывает разного рода поддержку субъектам хозяйствования.

Одним из основных способов государственной поддержки инноваций в России является финансирование. Однако, несмотря на заинтересованность государства в развитии инновационной деятельности, в данном направлении существует ряд проблем.

На данный момент экономика России не в состоянии составить конкуренцию государствам, занимающим лидирующие позиции в осуществлении и развитии инновационной деятельности.

Согласно Индексу глобальной конкурентоспособности (Global Competitiveness Index 2019), который ежегодно составляет Всемирный экономический форум (ВЭФ, World Economic Forum, WEF), Россия занимает 43 место в рейтинге, а согласно индексу «Инновационный потенциал» – 32 место.

Описанных показателей Россия добилась еще 2018 году и сохранила позиции, однако несмотря на это, данные подтверждают тезис о том, что экономика страны находится в переходном состоянии и зависима от колебаний внешней среды, а также подвержена кризисным состояниям и не имеет достаточного уровня для перехода к глобальной реализации инноваций и развития, расширения современных технологий, включающих автоматизацию. [5]

Несмотря на стремление государства развивать данное направление, система институтов и элементов инновационной среды функционирует недостаточно эффективно и качественно, ее влияние на экономический рост несущественно. Для того, чтобы инновационная деятельность могла стать полноценной частью экономического роста необходимо создать благоприятные условия, которые способствовали бы развитию данной сферы. Существует ряд факторов, которые препятствуют созданию этих условий.

Прежде всего стоит обратить внимание на технологическую структуру российской экономики (рисунок 1).

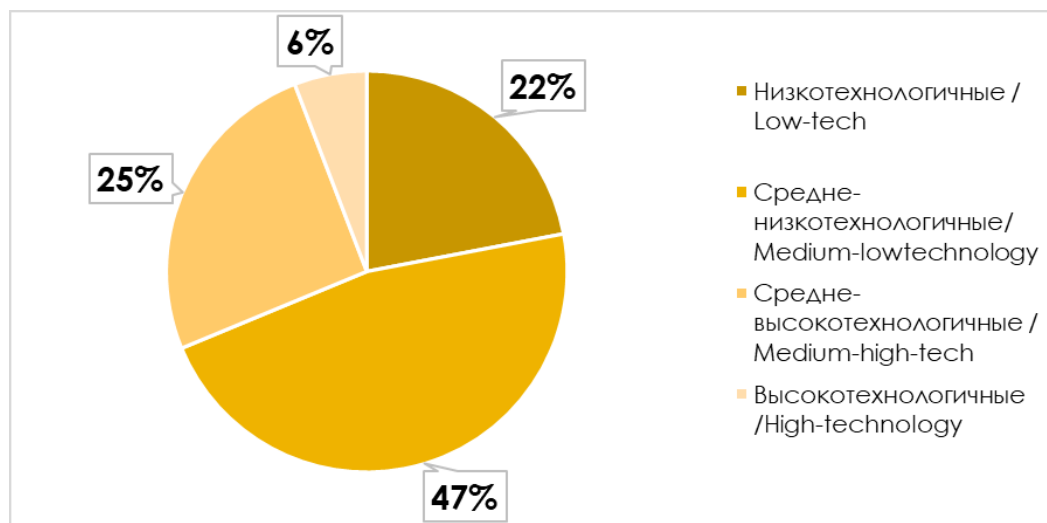


Рисунок 1. Технологическая структура экономики России на 2019 год [3]

Согласно данным представленным на рисунке 1, почти половина всех используемых в России технологий относится к средне-низкотехнологичному классу, в то время как только 6% всего объема технологической структуры принадлежит высокотехнологичному классу, что в 3 раза меньше, чем в

развитых технологических странах, там этот показатель составляет в среднем 20%.

Помимо этого, факторами, замедляющими развитие инноваций в России, являются такие, как:

- низкий уровень адекватности современным реалиям оборудования и техники для научных исследований;
- нехватка кадров с высокой квалификацией в инженерно-технической сфере;
- низкий объем государственной финансовой поддержки инноваций;
- низкая инвестиционная активность;
- введение санкций в сторону России.

Однако, наиболее существенным аспектом является недостаток бюджетного финансирования данной сферы (рисунок 2).

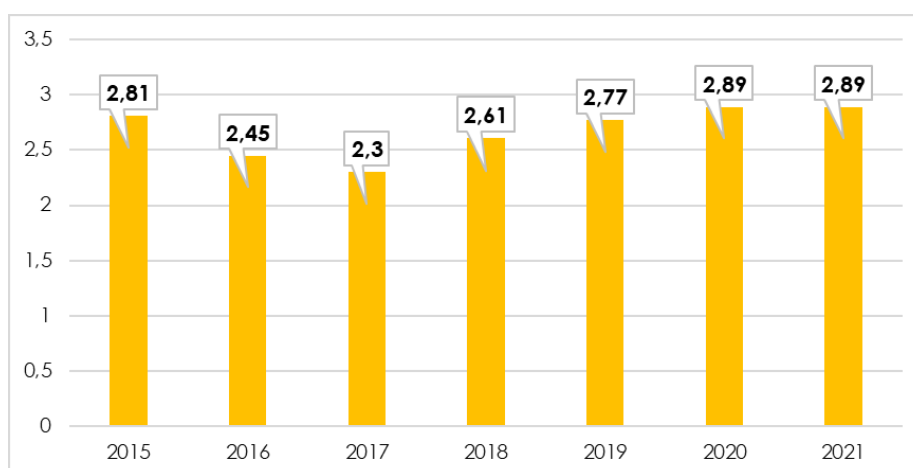


Рисунок 2. Динамика ассигнований на фундаментальные исследования из средств федерального бюджета к расходам федерального бюджета за 2015-2021 гг., % [1]

Согласно данным Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ об ассигнованиях на гражданскую науку из средств федерального бюджета, удельный вес бюджетных ассигнований на науку составил 2,52%, увеличившись на 0,22 процентных значения в сравнении с уровнем 2017 г. Согласно Федеральному закону № 459-ФЗ "О федеральном бюджете на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов" этот показатель

составляет ежегодно от 416,3 до 460,7 млрд рублей, что повысило удельный вес ассигнований в расходах федерального бюджета до 2,89% (рисунок 2). Также из данных, представленных на рисунке 2 видно, что с 2018 по 2021 наблюдается рост показателя, однако в среднем данное значение ниже, чем в 2015 году. [1]

Если принять во внимание тот факт, что в будущие годы планируется выделять на науку ежегодно в среднем 450 млрд рублей, прирост доли ассигнований при этом составит лишь 0,12% (рисунок 3).

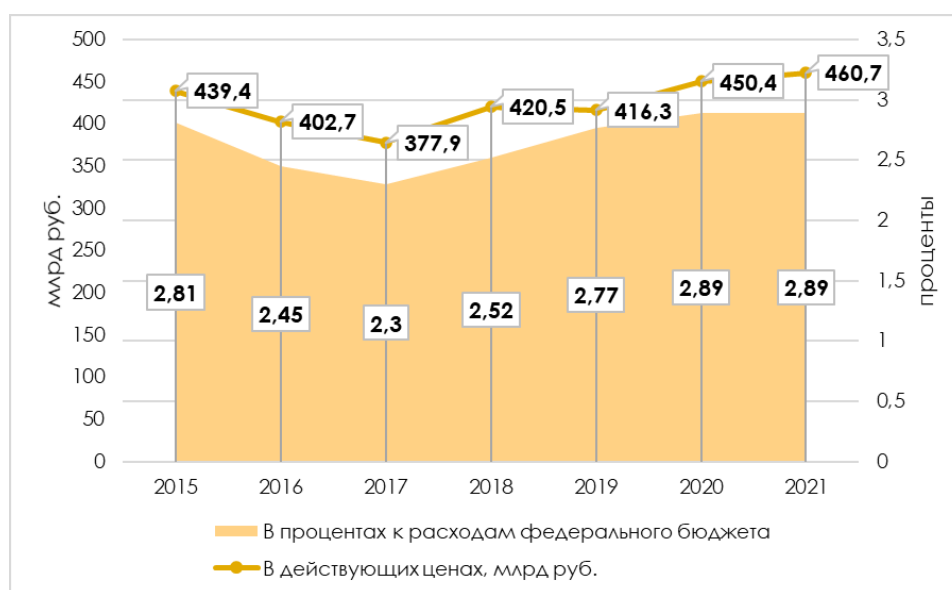


Рисунок 3. Динамика ассигнований на гражданскую науку из средств федерального бюджета 2015-2021гг. [1]

Рассматривая же динамику ассигнований в постоянных ценах, исследователи НИУ ВШЭ отмечают выраженную отрицательную тенденцию в выделении средств из федерального бюджета на развитие и поддержание научной сферы. [1]

Ввиду влияния данных факторов, остро встает вопрос о грамотном и, что немаловажно, эффективном использовании бюджетных средств для достижения высоких показателей роста и развития научной сферы.

Стоит отметить, что ассигнования, поступающие из федерального бюджета, это не единственный источник финансирования, доступный научной среде. Постановлением от 29 марта 2019 года №377 была утверждена

государственная программа «Научно-технологическое развитие Российской Федерации», целью которой является консолидация ассигнований федерального бюджета на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР), предусмотренные в других государственных программах. Согласно данной программе к 2030 году планируется увеличить размер бюджетных ассигнований до 1 трлн. рублей в год. [4]

Что касается инновационной деятельности на уровне региона, то здесь вопрос финансирования и претворения в жизнь государственных программ выглядит следующим образом.

На основании анализа Постановления Правительства Калужской области от 14.02.2017 № 64 "Об утверждении бюджетного прогноза Калужской области на долгосрочный период" представляется возможным рассмотреть динамику объемов бюджетного финансирования государственных программ региона. В контексте развития темы государственного содействия инновациям, наиболее интересной для рассмотрения является программа «Развитие предпринимательства и инноваций в Калужской области». [4]

Согласно Постановлению от 08.02.19 № 89 "Об утверждении государственной программы Калужской области "Развитие предпринимательства и инноваций в Калужской области" расходы средств бюджетных ассигнований на реализацию данной программы следующие и представлены на рисунке 4.

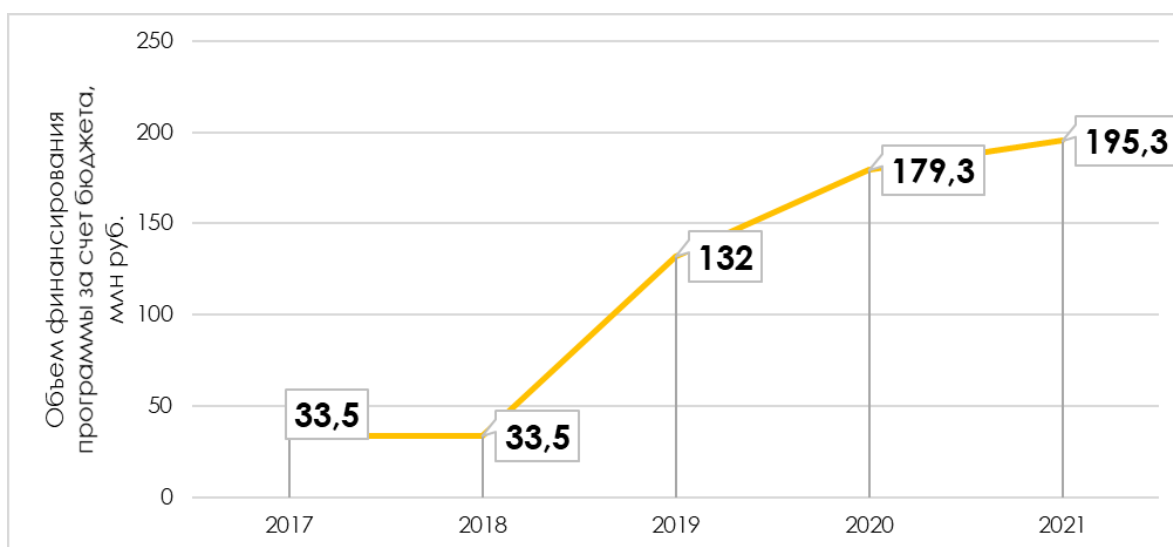


Рисунок 4. Объем финансирования программы "Развитие предпринимательства и инноваций в Калужской области" за счет бюджетных ассигнований, млн руб. [2]

Из данных, представленных на рисунке 4 видно, что показатель финансирования увеличивается с каждым годом. В сравнении с 2017 годом в 2019 объем бюджетных средств возрос практически в 4 раза и составил 132 млн рублей, в последующие годы тенденция к увеличению сохраняется и к 2021 году показатель планируется увеличить до 195,3 млн рублей. [2]

Исходя из представленных данных, можно сделать вывод о привлекательности Калужского региона с точки зрения инновационной предпринимательской активности, а также о том, что данный субъект РФ способен предоставить благоприятные условия для развития науки, технологий и инновационной сферы в целом.

Таким образом, государственное финансирование инновационной деятельности является эффективной формой поддержки инноваций, однако, существует нехватка бюджетных средств и необходимыми становятся другие способы поддержки научной сферы, одним из которых является проведение кластерной политики.

Список литературы:

1. Официальный сайт «Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ «ВШЭ» // URL: <https://issek.hse.ru/> (дата обращения 05.12.2019).

2. Постановление Правительства Калужской области от 8 февраля 2019 г. N 89 (ред. от 03.04.2020) «Об утверждении государственной программы Калужской области «Развитие предпринимательства и инноваций в Калужской области».
3. Симачев Ю., Акиндинова Н., Яковлев А., Кузык М., Миронов В. Структурные изменения в российской экономике и структурная политика. Аналитический доклад. / Ю. В. Симачев, Н. В. Акиндинова, А. А. Яковлев и др.; науч. рук. Е. Г. Ясин; НИУ «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — 32 с.
4. "Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации" (утв. Минэкономразвития РФ 26.12.2008 N 20615-ак/д19).
5. Insight Report «The Global Competitiveness Report» Klaus Schwab, World Economic Forum // URL: <https://www.weforum.org/> (дата обращения 05.12.2019).

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Панина Яна Андреевна

*студент Армавирского государственного педагогического университета,
РФ, г. Армавир*

Пиماхова Мадина Исмаиловна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент
Армавирского государственного педагогического университета,
РФ, г. Армавир*

На современном этапе экономика РФ в своем развитии сталкивается с определенными проблемами и противоречиями, а именно:

- факторы особого экономического положения страны;
- климатические условия;
- столкновение менталитетов в многонациональном и многоконфессиональном аспекте;
- особенности, обусловленные особым историческим развитием России.

Следует отметить, что экономисты оценивают ситуацию, сложившуюся в экономике РФ, как предкризисную. Эта ситуация неудивительна, так как руководство страны, не проводя масштабную перестройку экономики, ограничиваясь лишь мягкими реформами, копила негативные экономические явления несколько последних десятилетий. [3] Изменившиеся условия производства и НТП требовали перемен, а наше государство упрочняло экстенсивные способы сдерживания падения роста производства. Это отразилось на укреплении топливно-сырьевой зависимости России и включением новых ресурсов с дальнейшим их нерациональным использованием. Следствием данных тенденций стало опустошение основных «подушек безопасности» - фондов национального благосостояния, что повлекло череду отрицательных явлений таких как снижение общей производительности труда, а также ухудшение качества продукции, экологическая ситуация. [4]

На современном этапе экономике России жизненно необходимо инновационное развитие промышленных отраслей, внедрение инновационных технологий и активное развитие интеллектуальных ресурсов, чтобы предотвратить потерю профессионалов, которые уезжают реализовывать себя за границу. Все эти меры, в первую очередь, необходимы для того, чтобы Россия смогла слезть с «топливно-сырьевой иглы», на которую подседа в 70-х гг. прошлого века. Необходимо внести изменения в политику, касающуюся поддержки малого и среднего бизнеса, по примеру западных государств. В РФ же монополисты могут развиваться и получать поддержку от государства, а, к сожалению, более мелкому бизнесу приходится нелегко. Это влечет за собой отсутствие конкуренции и желания производителей совершенствоваться, что тормозит здоровое развитие экономики, с привлечением инновационных технологий. [6]

Следует отметить, что тенденции последних лет заключаются в том, что правительство РФ активно разрабатывает всевозможные национальные программы по поддержке малого и среднего бизнеса. [5]

Говоря о слабых местах экономического развития России, следует отметить утечку капитала за границу. Таким образом, деньги, которые могли бы быть запущены в оборот в нашей стране, работают на экономику других стран. [2]

С 2014 Россия находится под санкциями мирового сообщества, которые, безусловно, оставили свой след в развитии экономики страны. Оказавшись в такой ситуации, правительство РФ вводит импортозамещение, которое предполагает запрет на ввоз продукции, в первую очередь сельскохозяйственной, из стран- участниц антироссийских санкций. Это решение сначала поставило экономику государства в сложную ситуацию, так как к этому решению не было никаких предпосылок и подготовки, что повлекло за собой рост инфляции. Но стоит отметить и положительные результаты импортозамещения, а именно развитие внутрихозяйственных связей.

Также необходимо отметить проблему снижения числа потенциальной рабочей силы из-за демографических проблем. Следствием этого становится увеличение пенсионного возраста и пенсионной нагрузки. Это явление связано с неблагоприятным инвестиционным климатом в государстве. Среди передовых задач в государстве стоит решение этой проблемы через создание здоровой и конкурентно способной экономики, которая способна провоцировать технологическую модернизацию предприятий и активизировать приток капиталовложений. [7]

Среди еще одной проблемы экономического развития России, с которой наше государство борется еще с XX века - это теневая экономика, подразумевающая функционирование организаций, деятельность которых незаконна. Специалисты, занимающиеся исследованием экономики страны в целом, твердят, что теневая экономика в России наделена аспектами, в которые входят и криминальная, и фиктивная, и неформальная экономика. Фиктивную экономику также можно выделить как отдельную проблему экономики России, так как все связи в ней создаются только за счёт коррупционных отношений. [1]

Делая вывод, хочется отметить, что экономическое развитие России прогнозировать довольно трудно.

Это связано, как с перечисленными внутренними проблемами государства, так и с международным положением страны. Однако, у РФ есть огромный потенциал в виде природных ресурсов и огромных территорий, чтобы выйти на новый экономический уровень. Для этого необходимо претворять в жизнь, давно назревшие экономические реформы, с учетом ошибок исторического прошлого страны.

Список литературы:

1. Медведев Д. Новая реальность: Россия и глобальные вызовы // Вопросы экономики. – 2015. № 10. – С. 5—29.
2. Рейнхарт К.М., Рогофф К.С. На этот раз все будет иначе. Восемь столетий финансового безрассудства. – М.: Альпина пাবлишер, 2012.

3. Эйхенгрин Б. Зеркальная галерея: Великая депрессия, Великая рецессия, усвоенные и неусвоенные уроки истории. – М.: Изд-во Института Гайдара. – 2016.
4. Социально-экономическое положение России в 2017 году /ФСГС. 2018.
5. Полтерович В.М., Попов В.В. Валютный курс, инфляция и промышленная политика // Журнал Новой экономической ассоциации. 2016. № 1 (29). С. 192-198.
6. Тебекин А.В. Краткосрочный прогноз развития национальной экономики. // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2018. № 2. С. 177-186.
7. Конотопов М.В., Тебекин А.В. Апрельские тезисы 2009 года (о мировом экономическом кризисе). // Инновации и инвестиции. 2009. № 1. С. 2-8.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НАЦИОНАЛЬНЫХ СИСТЕМ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ЛЕГАЛИЗАЦИИ НЕЗАКОННЫХ ДОХОДОВ НА ПРИМЕРЕ ЕАГ

Радюк Дмитрий Игоревич

*студент Белорусского государственного университета,
Республика Беларусь, г. Минск*

Кунцевич Виктор Павлович

*научный руководитель, Белорусский государственный университет,
Республика Беларусь, г. Минск*

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE NATIONAL SYSTEMS OF ANTI-MONEY LAUNDERING ON THE EAG EXAMPLE

Dzmitr Radziuk

*Student Economic faculty of the Belarusian state university,
Republic of Belarus, Minsk*

Victor Kuntsevich

*Scientific director, Belarusian State University,
Republic of Belarus, Minsk*

Аннотация. В статье проводится сравнительный анализ национальных систем предотвращения «отмывания» денег стран-членов Евразийской группы по противодействию легализации преступных доходов и финансированию терроризма.

Abstract. The article carries out comparative analysis of national systems of prevention of money laundering of the countries-members of The Eurasian group on combating money laundering and financing of terrorism.

Ключевые слова: «отмывание» денег, незаконно полученные доходы, противодействие «отмыванию» денег, финансирование терроризма, Евразийская группа по противодействию легализации преступных доходов и финансированию терроризма

Keywords: money laundering, illegally obtained income, anti-money laundering, terrorism financing, The Eurasian group on combating money laundering and financing of terrorism

Для построения эффективной «антиотмывочной» системы необходимо использование опыта стран, которые уже успели накопить его в достаточной мере, чтобы ускорить внедрение новых механизмов противодействия отмыванию денег и финансированию терроризма (далее - ПОД/ФТ) и уменьшить риски по проникновению теневых денежных потоков.

Интересным в этом отношении является опыт **Российской Федерации**.

Свой путь в становлении «антиотмывочной» системы Россия начала с принятия основного нормативно-правового документа, который направлен на предотвращение попыток легализации преступных доходов. Таким нормативно-правовым документом является Федеральный закон "О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма" от 07.08.2001 № 115-ФЗ.

В 2017 году Федеральная служба по финансовому мониторингу(далее – ФСФМ) провела более трех тысяч финансовых расследований. При активном участии ФСФМ возбуждено около 450 уголовных дел. Привлечено к ответственности 155 должностных лиц.

В рамках международного сотрудничества ФСФМ ведет анализ информации, публикуемых в зарубежных средствах информации («Панамское досье», «Английское досье» и т.д.).

Для эффективной работы системы мер противодействия легализации преступных доходов, большое значение имеет степень наказания за данное правонарушение. Российском законодательством установлен штраф в размере от 120 тыс. руб. до 1 млн. руб. (в зависимости от состава преступления).

Негативное влияние на эффективную работу системы мер противодействия легализации преступных доходов, оказывает их высокая доля в объеме наличной денежной массы России.

С марта 2008 и по настоящее время Центробанк России фиксирует рост подозрительных финансовых операций, которые связаны с договорами на поставку импортных товаров. Имея счета в банках других стран, таких как Латвия, Литва и Эстония нерезиденты, которые зарегистрированы в Новой

Зеландии, на Кипре, Великобритании, Белизе, на Британских и Виргинских островах, получают крупные денежные переводы.

В России имеется практика внедрения таких форм взаимодействия государственного и частного секторов, как Личный кабинет, который представляет собой сервис для подотчетных организаций и лиц на официальном сайте ФСФМ и Совет комплаенс, который был создан в июне 2016 года по решению Межведомственной комиссии ФСФМ по противодействию легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма. Это консультативный экспертный орган, в котором представлены кредитные и некредитные финансовые организации, организации Почты России, крупнейшие операторы мобильной связи, лизинговые компании. Целью работы Совета является повышение качества информационного подхода. Советы комплаенс созданы во всех федеральных округах на базе межрегиональных управлений Росфинмониторинга.

В 2004 году, по инициативе Российской Федерации была создана Евразийская группа по противодействию преступных доходов и финансирования терроризма (далее – ЕАГ). В настоящее время государствами-членами ЕАГ являются девять стран:

- Республика Беларусь;
- Республика Индия;
- Республика Казахстан;
- Китайская Народная Республика;
- Кыргызская Республика;
- Российская Федерация;
- Республика Таджикистан;
- Туркменистан;
- Республика Узбекистан.

Становление «антиотмывочной» системы в **Китае** началось в 1990-х гг. На сегодняшний момент в стране сформирована достаточная нормативно-правовая

и законодательная база, а также ведется работа по постоянному совершенствованию упреждающих мер в финансовых секторах экономики.

Китай — член нескольких организаций, целью которых является противодействие «отмыванию» незаконно полученных доходов: ФАТФ (Группа разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег), ЕАГ, Азиатско-Тихоокеанская группа по борьбе с отмыванием денег (далее – АТГ).

Китай также ратифицировал основные международные антитеррористические конвенции и подписал различные соглашения о сотрудничестве с 16 иностранными подразделениями финансовой разведки.

Координацию по ПОД/ФТ в КНР осуществляет Народный банк Китая, который, в свою очередь, занимается контролем подозрительных операций, подлежащих особому контролю, а также мониторингом соблюдения всех международных стандартов в части противодействия легализации преступных доходов.

Национальное подразделение финансовой разведки административного типа функционирует в рамках Народного банка Китая, чьи функции разделены между двумя департаментами: Бюро по борьбе с отмыванием преступных доходов (AMLB) и Китайским Центром по анализу и мониторингу противодействия отмыванию денег (CAMLMAC), чьи руководители непосредственно подчиняются заместителю председателя Народного банка Китая [3].

Надзорную деятельность осуществляет Бюро по борьбе с отмыванием преступных доходов (AMLB). В их функции входит:

- осуществление расследований административного характера в области «отмывания» денег;
- передача данных в другие заинтересованные органы государственной власти, которые задействованы в области предотвращения легализации теневых доходов.

Также следует отметить, что деятельность AMLB осуществляется, как напрямую, так и посредством 36 региональных подразделений, которые

наделены соответствующими полномочиями в данном регионе. Деятельность по сбору, обработке и анализу данных осуществляет Китайский Центр по анализу и мониторингу противодействия отмывания денег (САМЛМАС), также является ключевым звеном в осуществлении сотрудничества с подразделениями финансовой разведки разных стран. В их функции входит:

- получение информации по подозрительным операциям и сделкам на крупные суммы;
- анализ этих данных;
- отправка вышеперечисленных данных в Бюро по борьбе с отмыванием преступных доходов.

Как положительный опыт можно отметить использования в Китае системы удаленной идентификации - уникальный сервис Вичат, являющийся одновременно базой данных по идентификации, социальной сетью, платежной системой, а также сервисом для административных процедур [5, с.15].

Государством-членом, которое входит в ЕАГ является также **Республика Казахстан**. Построение системы ПОД/ФТ началось с 2010 года. 28 августа 2009 года был принят Закон «О противодействии легализации (отмыванию (доходов)) полученных преступным путем и финансирования терроризма», который вступил в силу в 2010 году [1, с. 111]. В его функции входит:

- сбор и обработка информации по операциям с денежными средствами, а также имуществом, подлежащих особому контролю
- анализ полученной информации;
- координация деятельности государственных органов в данной сфере;
- направление информации правоохранительным органам для принятия решений в необходимых для этого случаев.

Комитет по финансовому мониторингу Министерства финансов Республики Казахстан является подразделением финансовой разведки.

С 2011 по 2016 годы было принято и введено в действие ряд законов, нормативных и правовых актов, связанных с расширением системы финансового мониторинга.

Теперь рассмотрим национальную систему ПОД/ФТ **Украины**.

В начале 2000-х начала формироваться «антиотмывочная» система. Были приняты следующие нормативные и правовые акты:

- «О предупреждении и противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем» (2002),
- «О борьбе с терроризмом» (2003), указов Президента Украины от 22.06.2000 № 813, 20.03.2001 № 183, 19.07.2001 № 532, 10.12.2001 № 1199, 22.07.2003 № 740 и др.,
- постановления Кабинета министров Украины и Национального банка Украины «О Сорока рекомендациях по разработке финансовых мер борьбы с отмыванием денег (ФАТФ)» от 28.08.2001 № 1124.

Следует уточнить, что изначальное формирование государственной направленности в данной сфере связано с включением в «черный список» FATF (NCST) Украины [2, с.76], что привело к первоначальному формализму, бессистемности, противоречивости различных мероприятий (организационных и практических), как итог некоторые действующие нормы дублируются, а другие наоборот – противоречат друг другу.

В таких странах, как Республика Беларусь, Республика Казахстан, Российская Федерация и Украина основное внимание сконцентрировано на создании и соблюдении нормативно-правовых основ. К ним можно отнести:

- внутригосударственные нормативные и правовые акты, основанные на положениях международных конвенций;
- модельный закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных незаконным путем»;
- уголовная и административная ответственность предусмотрена в законодательстве всех стран;
- и т.д.

Проведя сравнительный анализ, можно сделать выводы о том, что в целом государства-члены ЕАГ имеют схожую модель системы финансового мониторинга: государствами предпринимаются меры по предотвращению

отмывания преступных доходов; на законодательном уровне введены требования по ПОД/ФТ; меры по проведению усиленной проверке клиентов имеют схожую реализацию;

1) установлены различные ограничения (пороговые суммы);

2) повсеместное внедрение и использование программных систем с использованием многофакторного анализа данных, но на сегодняшний день многие подразделения финансовой разведки все еще испытывают сложности с получением доступа к национальным базам данных своих государств или имеют доступ в режиме направления запросов [4, с. 16-17];

3) ответственность за отмывание незаконных доходов также различна, но присутствует в той или иной степени в каждом исследуемом государстве.

Сравнив национальную систему финансового мониторинга такого гиганта, как КНР с системами Республики Беларусь, Республики Казахстан, Российской Федерации и Украины, можно увидеть, что у высокоразвитых стран присутствует единая модель системы финансового мониторинга, а также использование передовых технологий. Развивающиеся страны, в свою очередь, сконцентрировали свое внимание на создании нормативно-правовых основ и их соблюдении. Развитые страны совершенствуют функционирующую систему, чтобы она была способна противостоять новым вызовам международной организованной преступности, теневой экономики.

Таким образом, можно сделать вывод, что легализация денежных средств или иного имущества, полученных в результате преступных деяний, - это социальный феномен, имеющий определенные причины возникновения и дальнейшего развития, характеризующийся высокой степенью общественной опасности: проникновением преступных доходов в легальную экономику, криминализацией национальной экономической системы, утечкой капитала за рубеж. Кроме того, легализация преступных доходов способствует росту коррупции, нарушает установленный порядок экономической деятельности и способствует распространению наиболее опасных форм нелегального предпринимательства. Понимая значимость негативного влияния данных

процессов на экономику, страны-члены ЕАГ, в соответствии с рекомендациями ФАТФ, активно внедряют законодательные акты, препятствующие легализации незаконных доходов.

Список литературы:

1. Алпысбаев К.С. О национальной системе противодействия легализации доходов, полученных преступным путем (на материалах Казахстана) / Алпысбаев К.С. // Журнал "Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета". – 2017. – № 4 (106). – С. 111-115.
2. Борьба с легализацией преступных доходов: теоретические и практические аспекты / Р.В. Жубрин. – М.: Волтерс Клувер, 2011 г. – 488 с.
3. Китайская Народная Республика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eurasiangroup.org/ru/peoples-republic-of-china> – Дата доступа: 30.05.2020
4. Отчет «Структурный анализ финансовых потоков, связанных с обналичиванием, направленных на совершение правонарушений и отмывание преступных доходов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://eurasiangroup.org/files/uploads/files/other_docs/Typologies/16.%20%D0%A1%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D1%8B%D0%B9%20%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%20%D1%84%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D1%85%20%D0%BF%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%B2%20\(2017\).pdf](https://eurasiangroup.org/files/uploads/files/other_docs/Typologies/16.%20%D0%A1%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D1%8B%D0%B9%20%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%20%D1%84%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D1%85%20%D0%BF%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%B2%20(2017).pdf) – Дата доступа: 30.05.2020
5. Хаданович А.В. Международный форум ФАТФ в Китае: итоги и перспективы / Хаданович А.А.// Информационно-аналитический и научно-практический журнал «Вестник ассоциации Белорусских банков». – 2018. - №10/833. – с. 15-16

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Шкаликов Илья Владимирович

*магистрант, Вятский государственный университет,
РФ, г. Киров*

Юхнева Нина Андреевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, Вятский государственный
университет,
РФ, г. Киров*

Аннотация. Актуальность данной темы заключается в систематическом выявлении и изучении источников закупки и поставщиков товара, а также совершенствовании организации закупочной деятельности. Автором дается описание совершенствование закупочной деятельности и представлена разработка стратегии торговой деятельности и выявления эффективности формирования ассортимента товаров с помощью матрицы БКГ .

Ключевые слова: стратегия, дерево целей, матрица бкг, миссия, цели, совершенствование закупочной деятельности

Коммерческая деятельность торговой организации состоит в исполнении определенной совокупности торгово-организационных операций и организации управления данными операциями. Коммерческие операции предприятия торговли предназначены для обслуживания процесса купли-продажи товаров. В этом случае, осуществляемые операции носят экономический характер и оказывают непосредственное влияние на результаты работы предприятия торговли.

Эффективность коммерческой деятельности предприятия торговли отражается результативностью коммерческих операций. Эффективность коммерческой деятельности можно определить как сумму доходов или прибыли, соотносимых с объемами вовлеченных затрат или ресурсов. В то же время, в ряде случаев крайне затруднительно выявить эффективность коммерческих операций, для этого необходимо проводить оценку ряда показателей, которые более полно отражают результативность коммерческой

деятельности (к примеру оборачиваемость запасов, продолжительность оборота запасов), чем обобщенные показатели (прибыль, рентабельность и др.).

Экономическая эффективность — это извлечение предельно доступных благ от имеющихся в распоряжении ресурсов, для ее расчета необходимо соотносить доход и издержки, то есть добиться максимизации прибыли при минимизировании затрат.

Основной целью эффективности торговой деятельности предприятия является обнаружение возможностей для развития предприятия, оно определяется посредством полного анализа финансово- хозяйственной деятельности. Проводить такой анализ необходимо путем использования системы различных показателей и коэффициентов, наиболее полно отражающих состояние и перспективы дальнейшего развития предприятия.

Оценить экономическую эффективность коммерческой деятельности организации необходимо с использованием комплексного подхода, а также с позиции разных заинтересованных в этом лиц. Эти лица: владельцы организации, руководители, поставщики, кредиторы, органы государственного контроля и надзора и потребители.

Выделяют экономическую эффективность:

- абсолютную, которая необходима для анализа и оценки общеэкономических результатов и эффективности деятельности на макро и микроуровне, ее определяют за соответствующий период времени в динамике при сопоставления уровня эффективности предприятий и регионов.

- относительную, которая необходима при обосновании принятых управленческих решений (организационных, производственных, технических и хозяйственных) за счет выбора наилучшего варианта из предложенных альтернатив.

Более высокие показатели результатов, достигнутые за счет одинаковых затрат отражают более высокую экономическую эффективность. Работу коммерческой службы предприятия можно оценить с использованием

различных показателей, однако, самым точным из них является показатель прибыли.

Успешная закупка товаров оказывает особое влияние на эффективность коммерческой деятельности, для успешной продажи необходимо изучение и прогнозирование покупательского спроса населения. В розничной торговле необходимо правильно определить структуру: ассортимента, спроса и требований к товарам, услугам от потребителей. Повышение эффективности оптовой торговли складывается за счет улучшения анализа поставщиков в крупных территориальных образованиях (регионах).

Для того, чтобы грамотно подойти к выявлению направлений совершенствования управления торговой деятельностью ООО «ФК «Яблоко» определим миссию, цели и задачи предприятия.

Цели и задачи предприятия представлены на рисунке 1

Цель: Удовлетворение
потребностей населения в



Завоевание лидерских позиций по продаже продукции.	Обеспечение финансовой устойчивости предприятия	Повышение эффективности управления предприятием	Повышение эффективности работы системы управления персоналом
1. Заключение договоров на поставку продукции. 2. Своевременная обработка заказов и доставка продукции. 3. Увеличение объёмов продаж 4. Повышение качества торгового обслуживания. 5. Проведение рекламных мероприятий	1. Повышение рентабельности компании 2. Осуществление своевременных выплат по налоговым и договорным обязательствам 3. Контроль за движением финансовых ресурсов	1. Установление правил внутреннего распорядка. 2. Разработка должностных инструкций. 3. Разработка правил и инструкций по технике безопасности.	1. Подбор и расстановка кадров. 2. Подготовка переподготовка и повышение квалификации кадров. 3. Регулирование и стимулирование оплаты труда. 4. Обеспечение безопасных условий труда и охрана здоровья.

Рисунок 1. Миссия, цели ООО «ФК «Яблоко»

Миссия: Предоставлять конкурентоспособные товары высокого качества жителям Кировской области и других областей, расширять ассортимент продукции, соответствовать международным стандартам качества фруктов и овощей, расширять сбыт товаров.

Таким образом, на основании миссии и стратегии сформулируем цели для ООО «ФК «Яблоко»».

Таблица 1.

Цели ООО «ФК «Яблоко»» на 2020- 2021 год

Классификация целей	Ключевая цель
Стратегические	Выйти на ведущее место по продажам в России
Тактические	Постоянный контроль за состоянием рынка в России
Оперативные	Установление средних цен на предлагаемый ассортимент услуг и товаров; Сохранение числа существующих потребителей, а также привлечение потенциальных; увеличение числа потребителей в целом на 25%.

На основании рассмотренных целей и задач построим стратегию предприятия и разработаем основные направления развития компании.

Используя для анализа матрице «Ансофа» нам удалось выявить, что ООО "ФК "Яблоко" использует стратегию расширения рынка. Эта стратегия, используется, так как ООО "ФК "Яблоко" стремится расширить рынок и стремится охватить новые целевые сегменты того рынка, на котором уже действует, поскольку в результате действия неких факторов экономического, демографического, культурного для известных товаров появились новые области применения.

Наглядно данные стратегии и стратегию ООО "ФК "Яблоко" по матрице «Ансофа» можно наглядно изобразить следующим образом (рисунок 1).

	Рынок старый новый	
Товар старый новый	Стратегия проникновения вглубь рынка	2 Стратегия расширения рынка: Кировской обл. Старый портфель услуг
	3 Стратегия разработки товара	4 Стратегия диверсификации

Рисунок 2. Матрица «Ансофа»

Стратегия фирмы по портфелю товаров иллюстрируется матрицей Бостон-Консалтинг групп, которая позволяет классифицировать товары фирмы по их доле на рынке относительно товаров-конкурентов и темпом роста объемов продаж.

Используя матрицу, фирма может определить какой из ее товаров является ведущим относительно товаров-конкурентов и какова динамика ее рынков – сокращаются они, стагнируют или развиваются.

В основе матрицы следующее предположение: чем больше доля товара на рынке, тем ниже удельные издержки, следовательно, выше прибыль. Оценим выручку от продаж товаров организации розничной торговли «ФК «Яблоко» за первый и последний года. Данные представлены в таблице 2.

Таблица 2.

**Состав выручки от продаж сока из фруктов и овощей компанией
ООО «ФК «Яблоко» на 2018 г. и на 2020 г.**

Товарные группы	2018 г., тыс. руб.	2020 г., тыс. руб.
Выручка от продажи товаров	39600,0	45761,7
Яблоко	25740,0	28829,8
Апельсины и мандарины	3960,0	7779,5
Виноград	5940,0	4576,2
Киви и прочие экзотические фрукты	792,0	2745,7
Орехи	792,0	228,8
Овощи	2376,0	1601,7

Пользуясь данными таблицы 25, рассчитаем долю каждой товарной группы в структуре продаж организации розничной торговли за 2020 год и темпы роста продаж каждой товарной группы по отношению к предыдущему периоду. Данные представлены в таблице 3.

Таблица 3.

Исходные данные для построения адаптивной матрицы БКГ для приготовления соков из следующих фруктов

Товарные группы	2018 тыс. руб	2020, тыс. руб	Доля в структуре продаж 2020 г, %	Темп роста продаж, %
Выручка от продажи товаров	39600,0	45761,7	100,0	115,5
Яблоко	25740,0	28829,8	63,0	112,0
Апельсины и мандарины	3960,0	7779,5	17,0	196,5
Виноград	5940,0	4576,2	10,0	77,0
Киви и прочие экзотические фрукты	792,0	2745,7	6,0	346,7
Овощи	792,0	228,8	0,5	28,8
Орехи	2376,0	1601,7	3,5	67,4

По данные таблицы 3 в Excel при помощи функции «Мастер диаграмм» строим адаптивную матрицу БКГ (Рис. 3)

Границу оси Y определяем с помощью среднего значения темпов роста, оно равно 138,1 %.

Границу по оси X определяем с помощью среднего значения доли каждой товарной группы в структуре продаж организации розничной торговли. Таким образом, получается, что по оси X граница должна быть на показателе 16,7 %.

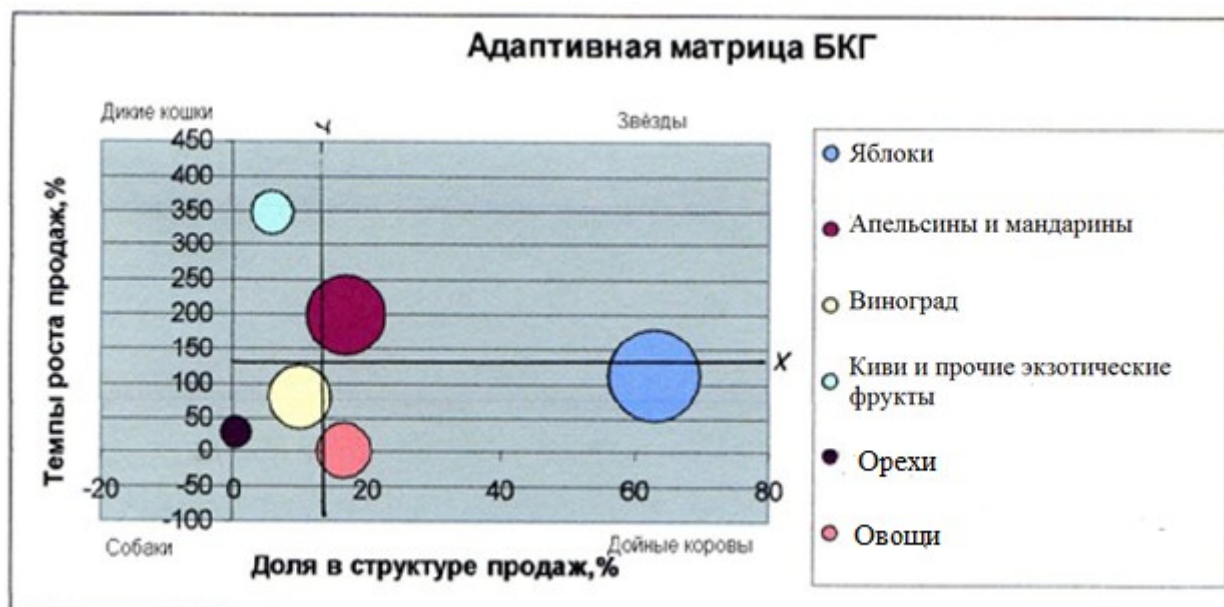


Рисунок 3. Адаптивная матрица БКГ по доставки сока, приготовленных из следующих фруктов и овощей

Исходя из полученной матрицы БКГ, можно сделать вывод, что товарные группы «Орехи», «Виноград» попадают в группу «Собаки», поскольку имеют низкую долю в структуре продаж и невысокие темпы роста. Данные товарные группы не являются перспективными для предприятия, они могут быть необходимы только для поддержания ассортимента. Эти товарные группы могут увеличить свою долю в структуре продаж, поэтому необходимо вкладывать инвестиции в их развитие, что перевести их в «Дойные коровы».

В группу «Звезды» попали часть товарной группы «Апельсины и мандарины», поскольку имеет высокий темп роста продаж и высокую долю в структуре продаж. Данная группа приносит значительную прибыль организация розничной торговли «ФК «Яблоко», поэтому долю в структуре продаж необходимо сохранять и увеличивать.

Товарная группа «Яблоко» и «Овощи» оказались в группе «Дойные коровы», поскольку эти товары с низкими темпами роста и большой долей в структуре продаж. При этом данная товарная группа приносит высокий доход, который организация розничной торговли «ФК «Яблоко» может использовать для поддержки других направлений, требующих инвестирования.

В группу «Дикие кошки» попали «Киви и прочие экзотические фрукты», они имеют высокие темпы роста, но имеют небольшую долю в структуре продаж. Поддержка этих товарных групп необходима, потому что в будущем они также будут приносить стабильную прибыль предприятию.

Разработаем общую стратегию развития ООО «ФК «Яблоко». Суть ее состоит в следующих этапах:

- закрепление достигнутых результатов, удержание имеющих поставщиков и потребителей, но при этом постоянное развитие, введение инноваций, контроль ситуации на рынке, быстрое реагирование на изменяющиеся условия на рынке, потребительских предпочтений, моды, технологий и т.п;

- расширение торговой сети за счет открытия новых магазинов;

- рост показателей деятельности фирмы, таких как товароборот, рентабельность и т.п;

- сокращение неторговых помещений (складов, кабинетов и др) и за счет этого расширение торговых площадей.

Функциональная стратегия ООО «ФК «Яблоко» должна строиться следующим образом:

- совершенствование стратегии сбыта продукции;
- продвижение продукции за счет проведения презентаций, рекламных акций, заключение соглашения с производителями для снижения цен и т.п;

- активная финансовая стратегия, направленная на рациональном и эффективном вложении и использования прибыли в целях расширения сети, усовершенствования и т.п;

- в рамках стратегии социального развития применение стратегии тщательного отбора персонала, обучение, введение систем премий и штрафов для повышения качества работы.

Маркетинговая стратегия

Проведение активных рекламных компаний с целью продвижения продукции, ассортиментная стратегия, основанная на расширении ассортиментных позиций путем поиска новых поставщиков, ценовая стратегия, заключающаяся в снижении себестоимости продукции за счет увеличения объемов сбыта продукции, проведение исследования и контроль результатов, изменения рынка и т.п.

В качестве предложений по совершенствованию эффективности закупочной деятельности предприятия можно порекомендовать:

- внедрить систему оценки поставщиков ООО «ФК «Яблоко»», г. Киров;
- разработка программы контроля за поступлением товарных запасов на основании модели по оптимизации запасов.

- разработать программу по развитию PR –мероприятий, для увеличения объема продаж.

Все вышеперечисленные цели при их реализации должны привести к одному результату – повышению деятельности предприятия, увеличению прибыли и объема продаж и увеличение доли (сегмента) на рынке.

Список литературы:

1. Акулич, И.Л. Маркетинг [Текст]: Учебное пособие. И.Л. Акулич, И.З. Герчиков. - Мн.: Интерпрессервис; Мисанта, 2013. – 397 с.
2. Гаджинский, А.М. Логистика [Текст]: Учебник для студентов высших учебных заведений. – 9-е изд., перераб. и доп. /А.М. Гаджинский. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014. – 408 с.
3. Залманова М. Е. Закупочно - распределительная логистика [Текст]: учебное пособие. - СПб.: Питер, 2017. - 283 с.
4. Канке А.А., Кошечая А.П. Логистика: учебник/ А.А. Канке, А.П. Кошечая - М.: Инфра - М, 2017. - 352 с.
5. Памбухчиянц, О.В. Организация и технология коммерческой деятельности [Текст]: Учебник для студентов средних специальных учебных заведений. – 2-е изд., перераб. и доп. /О.В. Памбухчиянц. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2018. – 450 с.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОИСКА ПОСТАВЩИКОВ В ЗАКУПОЧНОЙ ЛОГИСТИКЕ

Шкаликов Илья Владимирович

*магистрант, Вятский государственный университет,
РФ, г. Киров*

Юхнева Нина Андреевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, Вятский государственный
университет,
РФ, г. Киров*

Аннотация. В данной статье рассматривается изучение поиска поставщиков товара, а также совершенствовании организации закупочной деятельности. Даются различные подходы к значению эффективности экономической эффективности закупочной деятельности.

Ключевые слова: закупка, поставщики, транспортные расходы, оптовая торговля, эффективность

Эффективность управления закупочной деятельностью достигается наличием информации о:

- наименовании поставщиков и ценах на их товары;
- цикличности заказов и выполнение плана по поставкам;
- количестве брака, сбоях поставки и технологии приемки товара;
- темпах использования поставляемых товарных запасов;
- затратах на закупочную деятельность и ее эффективности.

Основу экономической эффективности закупочной работы составляют эффективность договорных связей на поставку товаров удовлетворительного качества и закупка их по минимальным ценам.

В анализируемой организации используются следующие критерии, у которых установлены коэффициенты важности.

Таблица 1.

Рейтинг факторов, используемых для оценки поставщиков [2]

Критерии выбора поставщика	Коэффициент весомости
Надежность поставки	0,30
Цена	0,25
Качество товара	0,15
Условия платежа	0,15
Возможность внеплановых поставок	0,10
Финансовое состояние поставщика	0,05
Итого	1,00

Для каждого критерия определяется относительная важность каждого из факторов привлекательности. Коэффициент весомости может изменяться в пределах от 0 до 1. В сумме коэффициенты весомости всех факторов должны давать 1. На первом месте по при выборе поставщика был поставлен критерий надежности поставки. Удельный вес этого критерия будет самым большим – 0,30.

Но такая оценка является субъективной, поэтому для совершенствования эффективности оценки поставщика рекомендуются использовать, рассмотренную ниже методику оценки поставщика.

Оценка поставщиков выполняется по показателям: цена, надежность и качество поставляемого товара.

Расчет средневзвешенного темпа роста цен осуществляется по формуле:

$$\bar{T}_y = \sum_{i=1}^n T_{yi} * d_i \quad (2)$$

где T_{yi} - темп роста цены на i -ю разновидность поставляемого товара;

d_i - доля i -й разновидности товара в общем объеме поставок текущего периода;

n – количество поставляемых разновидностей товаров.

Темп роста цены на i -ю разновидность поставляемого товара рассчитывается по формуле [2, с. 75]:

$$T_{ci} = \frac{P_{i1}}{P_{i0}} * 100 \quad (3)$$

где P_{i1} - цена i -й разновидности товара в текущем периоде;

P_{i0} - цена i -й разновидности товара в предшествующем периоде.

Доля i -й разновидности товара в общем объеме поставок рассчитывается по формуле:

$$d_i = \frac{S_i}{\sum S_i} \quad (4)$$

где S_i - сумма, на которую поставлен товар i -й разновидности в текущем периоде, руб.

Для оценки поставщиков по второму показателю (качество поставляемого товара) рассчитаем темп роста поставки товаров ненадлежащего качества ($T_{н.к.}$) по каждому поставщику :

$$T_{н.к.} = \frac{d_{н.к.1}}{d_{н.к.0}} \quad (5)$$

где $d_{н.к.1}$ – доля товара ненадлежащего качества в общем объеме поставок текущего периода;

$d_{н.к.0}$ – доля товара ненадлежащего качества в общем объеме поставок предыдущего периода.

Таким образом, темп роста среднего опоздания по каждому поставщику определяется по формуле [2, с. 75]:

$$T_{н.п.} = (O_{cp1} / O_{cp0}) * 100 \quad (6)$$

где O_{cp1} – среднее опоздание на одну поставку в текущем периоде, дней;

O_{cp0} – среднее опоздание на одну поставку в предшествующем периоде, дней.

Успешная закупка товаров оказывает особое влияние на эффективность коммерческой деятельности, для успешной продажи необходимо изучение и прогнозирование покупательского спроса населения. В розничной торговле необходимо правильно определить структуру: ассортимента, спроса и

требований к товарам, услугам от потребителей. Повышение эффективности оптовой торговли складывается за счет улучшения анализа поставщиков в крупных территориальных образованиях (регионах).

Большую роль играет анализ и поиск поставщиков. Для поиска потенциальных поставщиков работниками ООО «Фруктолайн» используются следующие методы:

- изучение рекламных материалов: фирменных каталогов, объявлений в средствах массовой информации;
- посещение выставок и ярмарок;
- переписка и личные контакты с возможными поставщиками.

В результате перечисленных мероприятий формируется список потенциальных поставщиков, который постоянно обновляется и дополняется.

В процессе работы менеджерами выявлены факторы привлекательности поставщиков фруктов, приведенные в таблице 1. По каждому критерию основным поставщикам поставлены оценки по десятибалльной шкале. Экспертами выступают генеральный директор, бухгалтер, менеджер по снабжению.

Таблица 2.

Рейтинг поставщиков ООО «Фруктолайн», г. Киров

Критерии выбора поставщика	«Ростбизнес»	«Агро Плюс Коммерц»	«Заречье»
1. Надежность поставки	9	9	8
2. Цена	6	7	9
3. Качество товара	10	10	8
4. Условия платежа	7	6	9
5. Возможность внеплановых поставок	10	7	5
6. Финансовое состояние поставщика	10	10	8
Итого баллов	52	49	47
Среднее значение коэффициента	8,67	8,17	7,83

Наибольшая оценка у «Ростбизнес».

Рассчитаем с учетом выделенного коэффициента весомости рейтинг поставщиков. Для этого полученная оценка значения критерия поставщика умножается на коэффициент весомости (таблица 3).

Таблица 3.

Расчет рейтинга поставщиков ООО «Фруктолайн», г. Киров

Критерии выбора поставщика	Удельный вес критерия	«Рост-бизнес»	«Агро Плюс Коммерц»	«Заречье»
1.Надежность поставки	0,30	2,70	2,70	2,40
2.Цена	0,25	1,50	1,75	2,25
3.Качество товара	0,15	1,50	1,50	1,20
4.Условия платежа	0,15	1,05	0,90	1,35
5.Возможность внеплановых поставок	0,10	1,00	0,70	0,50
6.Финансовое состояние поставщика	0,05	0,50	0,50	0,40
Итого	1,00	8,25	8,05	8,10

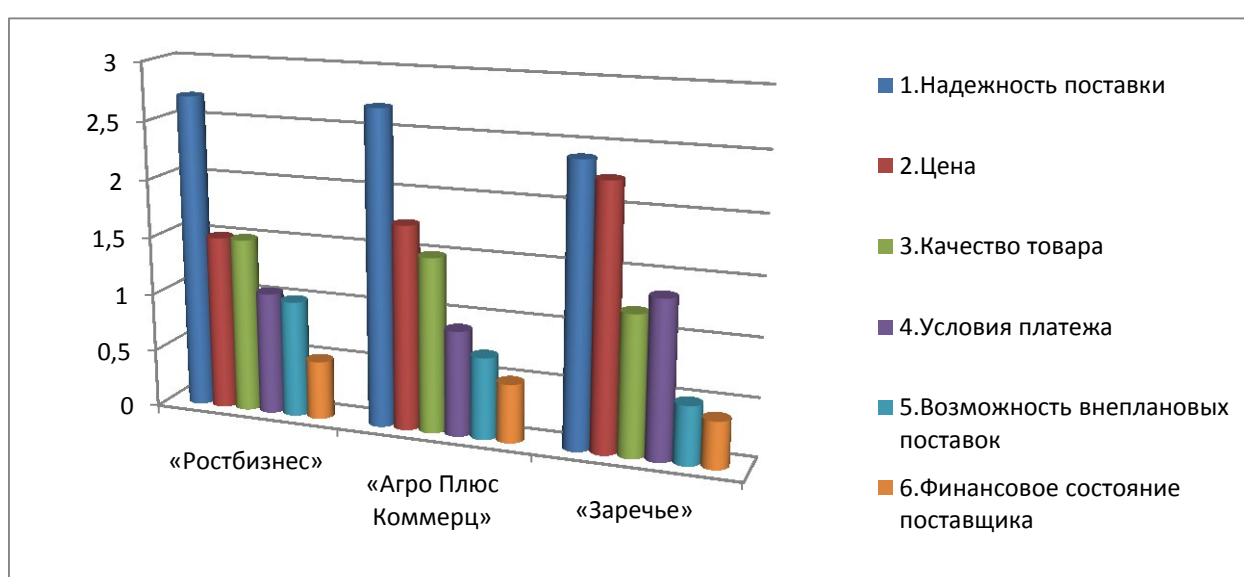


Рисунок 1. Оценка поставщиков в ООО «Фруктолайн», г. Киров

Наибольшая общая рейтинговая оценка у поставщика «Ростбизнес» равна 8,25.

Общая рейтинговая оценка поставщика «Агро Плюс Коммерц» равна 8,05. Общая рейтинговая оценка поставщика «Заречье» равна 8,1.

Таким образом, при сравнении рейтинга трех поставщиков фруктов «Ростбизнес», «Агро Плюс Коммерц», «Заречье», видно, что продукцию выгодней закупать у «Ростбизнес», поскольку его общая рейтинговая оценка, равная 8,25 наиболее приближена к верхней оценке десятибалльной рейтинговой шкалы.

Для совершенствования закупочной деятельности предлагается схема оценки выбора надежного поставщика по поставке фруктов и овощей, что позволит увеличить объем продаж товаров.

Далее представлен расчет рейтинга всех поставщиков фруктов и овощей в ООО «Фруктолайн» г. Киров. Для расчета было выбрано два товара А и В. Товар А – это фрукты, товар В – это овощи. Данные разновидности фруктов и овощей имеются у всех исследуемых производителей.

Динамика цен на поставляемую аналогичную продукцию, динамика поставки товаров ненадлежащего качества, а также динамика нарушений поставщиками установленных сроков поставок приведены в таблицах 3-5.

Таблица 3.

Динамика цен на поставляемые товары ООО «Фруктолайн», г. Киров

Поставщик	Товар	Объем поставки, кг. в 2021г.	Объем поставки, кг. в 2020г.	Цена за 1 кг. продукции, руб. в 2021г.	Цена за 1 кг. продукции, руб. в 2020г.
АО «Фруктолайн»	А	576	960	118,00	140,80
	В	1920	2880	141,95	167,75
ОАО «Мултон»	А	345	672	122,30	141,65
	В	1120	1536	158,10	172,05
ООО «Ростбизнес»	А	420	695	112,40	125,00
	В	1260	1670	129,30	148,00
ООО «Заречье»	А	548	726	115,50	128,10
	В	1680	1754	131,20	151,20
ОАО «Агро Плюс Коммерц»	А	546	792	105,30	125,50
	В	1480	1890	121,60	147,90

Таблица 4.

Динамика поставки товаров ненадлежащего качества

Поставщик	Количество товара ненадлежащего качества, поставленного в течение 2021 года, кг.	Количество товара ненадлежащего качества, поставленного в течение 2020 года, кг.
АО «Фруктолайн»	95	120
ОАО «Мултон»	115	275
ООО «Ростбизнес»	38	82
ООО «Заречье»	87	105
ОАО «Агро Плюс Коммерц»	65	42

Таблица 5.

Динамика нарушений установленных сроков поставки

Поставщик	Год	Количество поставок в год, ед.	Всего опозданий, дней
АО «Фруктолайн»	2020	480	15
	2021	360	12
ОАО «Мултон»	2020	466	28
	2021	325	24
ООО «Ростбизнес»	2020	154	18
	2021	131	11
ООО «Заречье»	2020	285	15
	2021	224	10
ОАО «Агро Плюс Коммерц»	2020	179	15
	2021	162	11

Расчет средневзвешенного темпа роста цен представим в таблице 29.

Таблица 6.

Расчет средневзвешенного темпа роста цен

Поставщик	$T_{цА}$	$T_{цВ}$	S_A руб.	S_B руб.	d_A	d_B	$\overline{T_{ц}}$
АО «Фруктолайн»	119,3	118,2	135168,0	483120	0,46	0,54	118,7
ОАО «Мултон»	115,8	108,8	95188,8	264268,8	0,45	0,54	110,9
ООО «Ростбизнес»	111,2	114,5	86875,0	247160,0	0,45	0,54	111,9
ООО «Заречье»	110,9	115,2	93000,2	265204,8	0,46	0,54	113,2
ОАО «Агро Плюс Коммерц»	119,2	121,6	99396,0	279531,0	0,46	0,54	120,5

Темп роста цен для АО «Сервис Холод» по товару А, В составил:

$$T_{цА} = 140,80 / 118,00 \times 100 = 119,3\%$$

$$T_{цВ} = 167,75 / 141,95 \times 100 = 118,2\%$$

Доля товара А и В в общем объеме поставок текущего периода:

$$d_A = \frac{960 * 140,8}{960 * 140,8 + 960 * 167,75} = 0,46$$

$$d_B = \frac{2880 * 167,75}{2880 * 140,8 + 2880 * 167,75} = 0,54$$

Средневзвешенный темп роста цен для первого поставщика составит:

$$T_{ц} = 119,3 \times 0,46 + 118,2 \times 0,54 = 118,7\%$$

Темп роста цен для ОАО «Мултон» по товару А,В составил:

$$T_{цА} = 141,65 / 122,30 \times 100 = 115,8\%$$

$$T_{цВ} = 172,05 / 158,10 \times 100 = 108,8\%$$

Доля товара А и В в общем объеме поставок текущего периода:

$$d_A = \frac{672 * 141,65}{672 * 141,65 + 672 * 172,05} = 0,45$$

$$d_B = \frac{1536 * 172,05}{1536 * 141,65 + 1536 * 172,05} = 0,54$$

Средневзвешенный темп роста цен для второго поставщика составил:

$$T_{ц} = 115,8 \times 0,45 + 108,8 \times 0,54 = 110,9\%$$

Темп роста цен для ООО «Ростбизнес» по товару А и В составил:

$$T_{цА} = 125,0 / 112,40 \times 100 = 111,2\%$$

$$T_{цВ} = 148,0 / 129,30 \times 100 = 114,5\%$$

$$d_A = \frac{695 * 125,0}{695 * 125,0 + 695 * 148,0} = 0,45$$

$$d_B = \frac{1670 * 148,0}{1670 * 125,0 + 1670 * 184,0} = 0,54$$

$$T_{ц} = 111,2 \times 0,45 + 114,5 \times 0,54 = 111,9\%$$

Темп роста цен для ОАО «Мултон» по товару А, В составил:

$$T_{цА} = 128,10 / 115,50 \times 100 = 110,9\%$$

$$T_{цВ} = 151,20 / 131,20 \times 100 = 115,2\%$$

$$d_A = \frac{726 * 128,1}{726 * 128,1 + 726 * 151,2} = 0,46$$

$$d_B = \frac{1754 * 151,2}{1754 * 128,1 + 1754 * 151,2} = 0,54$$

$$T_{ц} = 110,9 \times 0,46 + 115,2 \times 0,54 = 113,2\%$$

Темп роста цен для ООО «Ростбизнес» по товару А, В составил:

$$T_{цА} = 125,50 / 105,30 \times 100 = 119,2\%$$

$$T_{цВ} = 147,90 / 121,60 \times 100 = 121,6\%$$

$$d_A = \frac{792 * 125,5}{792 * 125,5 + 792 * 147,9} = 0,46$$

$$d_B = \frac{1890 * 147,9}{1890 * 125,5 + 1890 * 147,9} = 0,54$$

$$T_{ц} = 119,2 \times 0,46 + 121,6 \times 0,54 = 120,5\%$$

Расчет темпа роста поставки товаров ненадлежащего качества.

Доля товаров ненадлежащего качества в общем объеме поставок определена на основании данных таблиц 17 и 18. Результаты оформлены в таблице 6. Данные представлены в результате маркетинговых исследований и прошлого опыта компании

Для первого поставщика темп роста поставок товаров ненадлежащего качества составил:

$$T_{н.к.} = 0,95 / 0,84 \times 100 = 113,1\%$$

Для второго поставщика:

$$T_{н.к.} = 2,47 / 1,08 \times 100 = 228,7\%$$

Для третьего поставщика:

$$T_{н.к.} = 0,79 / 0,39 \times 100 = 202,6\%$$

Для четвертого поставщика:

$$T_{н.к.} = 0,98 / 1,05 \times 100 = 93,3\%$$

Для пятого поставщика:

$$T_{н.к.} = 0,37 / 0,75 \times 100 = 49,3\%$$

Таблица 7.

Расчет доли товаров ненадлежащего качества в общем объеме поставок

Поставщик	Год	Общая поставка по группе, кг. / год	Доля товара ненадлежащего качества в общем объеме поставок, %
АО «Фруктолайн»	2020	12600	0,95
	2021	11250	0,84
ЗАО «Мултон»	2020	11120	2,47
	2021	10680	1,08
ООО «Ростбизнес»	2020	10420	0,79
	2021	9850	0,39
ООО «Заречье»	2020	10740	0,98
	2021	8250	1,05
ОАО «Агро Плюс Коммерц»	2020	11230	0,37
	2021	8630	0,75

Расчет темпа роста среднего опоздания (показатель надежности поставки, Тн.п.).

Количественной оценкой надежности поставки служит среднее опоздание, т. е. число дней опозданий, приходящихся на одну поставку. Эта величина определяется как частное от деления общего количества дней опоздания за определенный период на количество поставок за тот же период.

Далее рассчитан темп роста среднего опоздания поставщика №1:

$$Т н.п. = (15/480) / (12/360) * 100 \% = 0,0313 / 0,0333 = 93,8\%$$

Темп роста среднего опоздания поставщика №2:

$$Т н.п. = (28/466) / (24/325) * 100 \% = 0,0601 / 0,0738 = 81,4\%$$

Темп роста среднего опоздания поставщика №3:

$$Т н.п. = (18/154) / (11/131) * 100 \% = 0,1169 / 0,0840 = 139,2\%$$

Темп роста среднего опоздания поставщика №4:

$$Т н.п. = (15/285) / (10/224) * 100 \% = 0,0526 / 0,0446 = 117,9\%$$

Темп роста среднего опоздания поставщика №5:

$$Т н.п. = (15/179) / (11/162) * 100 \% = 0,0838 / 0,0679 = 123,4\%$$

Для расчета рейтинга необходимо по каждому показателю найти произведение полученного значения темпа роста на вес показателя, таблица 8. Данные заполняются на основании представленных ранее расчетов

Таблица 8.

Расчет рейтинга поставщиков

Показатель	Вес показателя	Оценка поставщика по данному показателю					Произведение оценки на вес				
		№1	№2	№3	№4	№5	№1	№2	№3	№4	№5
Цена	0,5	118,7	110,9	111,9	113,2	120,5	59,4	55,5	55,9	56,6	60,3
Качество	0,3	113,1	228,7	202,6	93,3	49,3	33,9	68,6	60,8	27,9	14,79
Надежность	0,2	93,8	81,4	139,2	117,9	123,4	18,76	16,28	27,84	23,58	24,68
Рейтинг поставщика							112,06	140,38	144,54	108,08	99,77

Поскольку в нашем случае темп роста отражает увеличение негативных характеристик поставщика (рост цен, рост доли некачественных товаров в общем объеме поставки, рост размера опозданий), то предпочтение следует

отдать поставщику, чей рейтинг, рассчитанный по данной методике, будет ниже.

По данным таблицы 8 поставщик №5, а это ОАО «Агро Плюс Коммерц» имеет наименьший рейтинг, поэтому является более привлекательным для ООО «Фруктолайн». Поставщик №3 ООО «Ростбизнес» (г. Санкт-Петербург) имеет наибольший рейтинг(144,54), следовательно, по данной методике исследуемый поставщик не устраивает нас по цене, качеству и надежности поставки. Из этого следует, что необходимо прекратить договорные отношения с данным поставщиком.

Таким образом, необходимо оставить трех поставщиков овощей и фруктов: АО «Фруктолайн», ООО «Заречье» и ООО «Агро Плюс Коммерц».

Список литературы:

1. Акулич, И.Л. Маркетинг [Текст]: Учебное пособие.И.Л. Акулич, И.З. Герчиков. - Мн.: Интерпрессервис; Мисанта, 2013. – 397 с.
2. Гаджинский, А.М. Логистика [Текст]: Учебник для студентов высших учебных заведений. – 9-е изд., перераб. и доп. /А.М. Гаджинский. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014. – 408 с.
3. Залманова М. Е. Закупочно - распределительная логистика [Текст]: учебное пособие. - СПб.:Питер, 2017. - 283 с.
4. Канке А.А., Кошечая А.П. Логистика: учебник/ А.А. Канке, А.П. Кошечая - М.: Инфра - М, 2017. - 352 с.

РУБРИКА 9. «ЮРИСПРУДЕНЦИЯ»

ПРОБЛЕМЫ КВАЛИФИКАЦИИ ПРЕСТУПЛЕНИЙ

Избасарова Асель Шайхигалиевна

*магистрант Негосударственного образовательного частного учреждения высшего образования Московский финансово-промышленный университет «Синергия»,
РФ, г. Москва*

Евтехов Роман Артурович

*научный руководитель, Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования
Московский финансово-промышленный университет «Синергия»,
РФ, г. Москва*

В настоящее время преступность в Российской Федерации является одной из острых проблем современности [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 105]. Отчасти это объясняется несовершенством уголовной политики [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 67]. Так как в уголовном-праве вопросам квалификации преступлений уделяется недостаточное внимание. В связи с этим можно обосновать актуальность рассматриваемой темы.

Актуальность темы заключается в том, что правильная и своевременная квалификация преступлений в соответствии с законом является гарантией исполнения правосудия. Правильная квалификация преступлений дает возможность для привлечения лица совершившего преступление к уголовной ответственности[Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 82].

Целью исследования является выявление теоретических и практических проблем квалификации преступлений, а также поиск возможных путей их преодоления. Правильная квалификация преступлений гарантирует законность уголовно-правового воздействия [Ошибка! Источник ссылки не найден., С.84].

Определением квалификации преступлений является установление и процессуальное закрепление точного соответствия между признаками совершенного деяния и признаками состава преступления, предусмотренного уголовно-правовой нормой [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**, с.7].

В переводе с латинского квалификация (qualification) переводится как качество. От верной квалификации зависит соблюдение прав и интересов граждан. Правильно квалифицировать преступление — значит дать правовую оценку и определить соответствующую статью УК РФ, а, следовательно, установить соответствие между конкретным актом человеческого поведения и законодательной конструкцией.

Основанием квалификации является совершение деяния, содержащего все признаки состава преступления. Предпосылками квалификации является установление всех фактических обстоятельств дела и уяснение признаков состава преступления [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**, с. 87].

Процесс квалификации преступлений позволяет выяснить: является ли деяние преступным (ст. 14 УК РФ), объект (предмет) преступного посягательства, провести анализ признаков, входящих в объективную и субъективную стороны.

На сегодняшний день выделяют 5 этапов квалификации преступлений:

- возбуждение уголовного дела;
- предъявление обвинения;
- составление и утверждение обвинительного заключения;
- предание обвиняемого суду;
- судебное разбирательство; пересмотр дела в надзорном порядке

[**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Важным этапом при преодолении проблем квалификации преступлений является их своевременное выявление. Для того чтобы устранить пробелы при квалификации преступлений необходимо:

- знать действующее уголовное законодательство, уметь ориентироваться в нем, видеть связь норм Общей и Особенной частей;

- знать практику применения уголовного закона, пользоваться легальным и доктринальным толкованием правового материала;

- установить потребность в правовом опосредовании конкретного отношения;

- выяснить практику нормативного регулирования сходных общественных отношений и практику индивидуального юридического воздействия в подобных ситуациях;

Таким образом, можно сделать вывод о том, что преодоление пробелов в уголовном праве — это деятельность по их восполнению и устранению в процессе правоприменения и законотворчества, результатом которой является выход из проблемной ситуации, нормативное разрешение которой в уголовном законе отсутствует, либо представляется неоднозначным.

Так как пробелы в уголовном праве — явление неизбежное, то необходимо в самом уголовном законе установить легальные правила преодоления пробелов в правоприменительной практике.

Список литературы:

1. Борков В.Н. О юридическом основании квалификации преступлений // Современное право, 2018. – № 3. – С. 80 – 86 с.
2. Грудинин Н.С. Проблемы реализации принципов неотвратимости наказания и исправления личности осуждённых к лишению свободы в современной России// Международная научно-практическая конференция. 2015. -С. 22-28
3. Иванчин А.В. Рамки состава преступления в Особенной части УК РФ и вопросы его конструирования // Юридическая наука, 2014. – № 2. – С. 103 - 110.
4. Кашепов В.П. Судебные ошибки при квалификации объективной стороны состава преступления // Комментарий судебной практики / отв. ред. К.Б. Ярошенко. М.: Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве РФ, КОНТРАКТ, 2018. – № 23. – С. 148 - 160.
5. Карабанова Е.Н., Нечаев А.Д. Многосоставные диспозиции и проблемы определения границ состава преступления // Законы России: опыт, анализ, практика, 2017. – № 8. – С. 85 - 90.
6. Козлов А.П. Понятие преступления СПб.: Издательство «Юридический центр Пресс», 2014. – 819 с.

7. Кудрявцев В.Н. Энциклопедия уголовного права. Т. 4. Состав преступления. СПб., 2016. – С. 32 - 37.
8. Кузнецова Н.Ф. Проблемы квалификации преступлений. М., 2017.
9. Нешатаев В.Н., Векленко В.В. Понятие квалификации преступлений // Российский следователь, 2015. № 21. С. 26-29.
10. Чурилов С.Н., Грудинин Н.С. Путь к истине в процессе уголовного судопроизводства должен быть праведным//Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. 2015. № 4. - С. 64-67.

РАЗВИТИЕ ИНСТИТУТА СУДЕБНОЙ ЗАЩИТЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ПЕРИОД ДЕЙСТВИЯ УПК РСФСР

Максимов Никита Олегович

*студент, Ульяновский государственный университет,
РФ, г. Ульяновск*

Принятая в 1993 году Конституция Российской Федерации сформулировала общие ценностные подходы к охране и защите прав человека. Известно, что Конституция РФ имеет высшую юридическую силу и прямое действие. Однако такой принцип не исключает необходимости конкретизации, детальной разработки юридических процедур, в рамках которых должны осуществляться права и свободы человека. В этой связи возникла необходимость в условиях новой государственности продолжить и развить совершенствование способов защиты прав граждан.

Именно в период формирования новой российской государственности граждане особо нуждались во всемерном совершенствовании механизмов защиты своих прав и законных интересов, выработке новой системы взаимоотношений с представителями различных ветвей власти. Формы судебного контроля, закрепленные союзным законодательством, были лишь вехой на пути становления этого института и в новых условиях развития страны оказались недостаточными.

Суды общей юрисдикции рассматривали дела особого производства, и в частности те, которые связаны с деятельностью органов исполнительной власти. В соответствии с КоАП РСФСР судам были подведомственны жалобы граждан на наложение административных взысканий. Дальнейшее расширение границ судебного контроля, несовершенство действующего законодательства явились предпосылками для разработки и создания нового российского закона, регулирующего эту важную сферу общественных отношений, который бы в целом определял порядок судебного обжалования актов органов государственной власти. Глобальное решение этой проблемы было предложено в Законе РФ "Об обжаловании в суд действий и решений, нарушающих права и

свободы граждан", принятого 27 апреля 1993 г. Несмотря на то, что этот закон был принят до Конституции РФ 1993 года, его идеи нашли свое закрепление на уровне Конституции страны и сформулированы в ст. 46 Конституции РФ: "Каждому гарантируется судебная защита его прав и свобод. Решения и действия (или бездействие) органов государственной власти, органов местного самоуправления, общественных объединений и должностных лиц могут быть обжалованы в суд".

Законом РФ от 28 апреля 1993 года были внесены изменения и дополнения в Гражданский процессуальный кодекс РСФСР. В кодексе появилась обновленная глава 24.1 "Жалобы на действия государственных органов, общественных организаций и должностных лиц, нарушающих права и свободы граждан". Постольку, поскольку рассмотрение в суде подобной категории жалоб относилось к административно-правовым, а не гражданско-правовым спорам, эта категория дел выделена в отдельную специальную главу ГПК. В этой главе были обозначены самостоятельные процедуры, включающие специфические сроки подачи жалобы, возможность приостановления судом исполнения принятого акта (решения) и т.д.

В то же время оставалась нерешенной проблема реализации задекларированных прав и свобод человека и гражданина в отраслях, имеющих наибольшую склонность к применению государственного принуждения. Прежде всего это сфера уголовного судопроизводства. Попытки решения вопросов судебного контроля за предварительным следствием методами и средствами не уголовно-процессуального характера неоднократно предпринимались на практике, однако Верховный Суд РФ, как представляется, правомерно указывал на недопустимость применения средств и методов [2].

Если следовать хронологии, то первым шагом по формированию судебного контроля за досудебным уголовным судопроизводством в национальном правотворчестве явилась Декларация прав и свобод человека и гражданина, принятая Верховным Советом РСФСР 22.11.91. (ст.ст. 8,9, 11, 21, 30,32). В данном документе провозглашался судебный контроль за

задержанием, заключением под стражу, нарушением неприкосновенности жилища, тайны личной жизни. Кроме того, декларировалась возможность судебного обжалования решений любых должностных лиц и органов, которыми нарушаются права и свободы граждан.

Следующий по хронологии шаг в развитии изучаемого института – внесение в УПК РСФСР изменений, регулирующих обжалование в суд решений и действий, связанных с задержанием подозреваемого и применением меры пресечения в виде заключения под стражу[1].

Конституции РФ 1993 года явилась самым последовательным и всеобъемлющим документом, окончательно утвердившим возможность судебного обжалования решений и действий на предварительном следствии. Однако различные подходы к пониманию указанных положений Конституции обусловили отсутствие единообразия ее применения на практике. В разрешении этого вопроса большую роль сыграл Конституционный суд РФ.

Из 147 Постановлений Конституционного суда РФ о проверке конституционности нормативных актов, вынесенных в период до 01.07.2002 г. (момента вступления в силу УПК РФ), 29 напрямую касались уголовно-процессуальных отношений. При этом следует отметить, что из 29 указанных постановлений, 6 (21%) напрямую касались именно судебного контроля на досудебном производстве:

Постановление Конституционного Суда РФ от 13 ноября 1995 г. N 13-П "По делу о проверке конституционности части пятой статьи 209 Уголовно-процессуального кодекса РСФСР в связи жалобами граждан Р.Н.Самигуллиной и А.А.Апанасенко".

Постановление Конституционного Суда РФ от 3 мая 1995 г. N 4-П "По делу о проверке конституционности статей 220.1 И 220.2 Уголовно-процессуального кодекса РСФСР в связи с жалобой гражданина В.А. Аветяна".

Постановление Конституционного Суда РФ от 13 июня 1996 г. N 14-П "По делу о проверке конституционности части пятой статьи 97 Уголовно-процессуального кодекса РСФСР в связи с жалобой гражданина В.В.Щелухина".

Постановление Конституционного Суда РФ от 28 октября 1996 г. N 18-П "По делу о проверке конституционности статьи 6 Уголовно-процессуального кодекса РСФСР в связи с жалобой гражданина О.В.Сушкова".

Постановление Конституционного Суда РФ от 29 апреля 1998 г. N 13-П "По делу о проверке конституционности части четвертой статьи 113 Уголовно-процессуального кодекса РСФСР в связи с запросом Костомукшского городского суда Республики Карелия"

Постановление Конституционного Суда РФ от 23 марта 1999 г. N 5-П "По делу о проверке конституционности положений статьи 133, части первой статьи 218 и статьи 220 Уголовно-процессуального кодекса РСФСР в связи с жалобами граждан В.К.Борисова, Б.А.Кехмана, В.И.Монастырецкого, Д.И.Фуфлыгина и общества с ограниченной ответственностью "Моноком"

Эти постановления касаются возможности, порядка и процедуры обжалования в суд действия и решений органов дознания, следователей и прокуроров. Большое внимание, уделяемое Конституционным судом вопросам судебного обжалования действий и решений на предварительном следствии говорит об актуальности исследуемой темы.

В связи с решениями Конституционного суда РФ в УПК РСФСР были внесены некоторые изменения. Они коснулись возможности обжалования в суд постановления о прекращении уголовного дела и постановления об отказе в возбуждении уголовного дела.

Таким образом, к моменту принятия УПК РФ, судебный контроль за решениями на досудебном уголовном судопроизводстве уже был закреплен в Конституции, Уголовно-процессуальном Кодексе и Постановлениях Конституционного суда РФ.

По общему закреплённому в УПК РСФСР правилу, жалобы на действия и решения дознавателя, органа дознания и следователя рассматривал прокурор, а жалобы на действия и решения прокурора – вышестоящий прокурор. Однако, УПК РСФСР (ст. 209, 218 - 220-2) также устанавливал, что арест или продление срока содержания под стражей, а также отказ органа дознания, следователя, прокурора в возбуждении уголовного дела или прекращение ими уголовного дела на стадии расследования (с 1 января 1997 года) могли быть обжалованы в суд по месту производства либо по месту содержания под стражей обвиняемого или подозреваемого[3].

Круг обжалуемых решений был расширен Постановлениями Конституционного суда РФ. Эти решения связаны прежде всего с тем, что необходимо было в соответствии с Конституцией РФ распространить судебный контроль на предварительное следствие, урегулировав их разрешение нормами уголовно-процессуального закона. На тот момент законодатель в большинстве случаев не определил порядка рассмотрения подобных жалоб. Далёко не всегда конкретные разъяснения о процедуре осуществления судебного-контрольных действий содержались и в постановлениях Конституционного Суда РФ. Во многих случаях авторы этих документов ограничиваются тем, что предлагают судам прибегать к правилам процессуальной аналогии. В этой связи очередной пробел в уголовно-процессуальном законодательстве вызывал у судей определённые сложности в применении норм УПК РСФСР, что привело к дальнейшему реформированию исследуемого института.

Список литературы:

1. Закон РФ от 23 мая 1992 г. N 2825-1 "О внесении изменений и дополнений в Уголовно-процессуальный кодекс РСФСР".
2. Обзор судебной практики Верховного Суда РФ "Некоторые вопросы судебной практики по гражданским делам"// Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации, 1999 г., N 8, стр. 17.
3. Федеральный закон от 21 декабря 1996 г. N 160-ФЗ "О внесении изменений и дополнений в Уголовно-процессуальный кодекс РСФСР и Исправительно-трудовой кодекс РСФСР в связи с принятием Уголовного кодекса Российской Федерации".

ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ОЦЕНКИ ЗАКЛЮЧЕНИЯ ЭКСПЕРТА В АРБИТРАЖНОМ ПРОЦЕССЕ

Султанов Фаид Фажрудинович

*студент, Дагестанский государственный технический университет,
РФ, г. Махачкала*

PROBLEMS OF RESEARCH AND EVALUATION OF EXPERT OPINION IN ARBITRATION PROCESS

Faid Sultanov

*Student, Dagestan State Technical University,
Russia, Makhachkala*

Аннотация. В данной научной статье рассмотрены основные проблемы, возникающие на практике арбитражных судов при исследовании и оценке заключения эксперта, а также предложены возможные пути решения этих проблем и устранения пробелов в законодательстве.

Abstract. This scientific article considers the main problems encountered in the practice of arbitral tribunals in the study and evaluation of the expert 's opinion, as well as proposes possible ways to solve these problems and to eliminate gaps in legislation.

Ключевые слова: эксперт, заключение эксперта, оценка заключения эксперта, процессуальное законодательство, арбитражный процесс.

Keywords: expert, expert opinion, expert opinion assessment, procedural legislation, arbitration process.

В настоящее время, когда стремительно формируются и развиваются информационные технологии, различные инфраструктуры во множественных областях, таких как: экономика, строительство, экология, финансовые споры, которые возникают между субъектами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, разрешение каких-либо хозяйственных вопросов – во всей этой ситуации у сторон возникает необходимость обращения к экспертам,

которые обладают определенным набором знаний для оказания помощи в разрешении возникшего спора.

Судебная экспертиза является таким институтом, который исследуя факты, документы, обстоятельства дела, имея определенные специальные познания в различных областях, устанавливает фактические данные, которые имеют доказательственное значение. Заключение и показания эксперта зачастую являются решающими в судебном разбирательстве [1, с. 44].

Заключение эксперта представляет собой доказательство, которое является, во-первых, самостоятельным, а во-вторых, устанавливающим определенные обстоятельства, имеющие значение для дела. Оно дает возможность установления или опровержения фактов предмета доказывания.

Судебная экспертиза проводится как государственными судебно-экспертными учреждениями, так и негосударственными экспертными организациями, а также лицами, которые обладают определенными знаниями и умениями, но не являются работниками экспертных учреждений [2].

Так, деятельность государственных экспертов основывается на Федеральном законе от 31 мая 2001 года № 73-ФЗ «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации» (далее – ФЗ ОГСЭД в РФ), где констатируется, что квалификация эксперта должна каждые пять лет подтверждаться экспертно-квалификационными комиссиями Министерства Юстиции России и Министерства Внутренних Дел России [3]. Чтобы решить данный вопрос, стоит установить единый критерий при осуществлении оценки заключения эксперта. Для этого нужно разработать научно-методический подход, учитывая род и классификацию судебных исследований и экспертиз, а также следует произвести унификацию дефиниций, способов, приемов и средств, которые применяются при разрешении экспертных задач.

Следующей проблемой является злоупотребление процессуальными правами. Очень часто, лица, которые заявляют ходатайства о назначении

судебной экспертизы, не имеют цель получить подтверждения своей доказываемой позиции, а просто задерживают рассмотрение судебного спора.

В соответствии с п. 1 ст. 144 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (далее – АПК РФ), назначение судебной экспертизы будет являться основанием, чтобы приостановить производство по делу [4]. Эту цель зачастую и преследует недобросовестная сторона спора.

На данный момент законодательство Российской Федерации не содержит в себе механизм, который будет эффективен, чтобы противодействовать такому методу затягивания судебного процесса.

Ст. 111 АПК РФ содержит в себе только такую санкцию, как возложение судебных издержек на то лицо, которое злоупотребляет своими процессуальными полномочиями. В связи с этим следует разработать такие правила, которые будут ужесточать ответственность участников судебного спора, действия которых повлекли или могут повлечь к безосновательному затягиванию судебного процесса.

Еще одним пробелом в законодательстве является отсутствие процессуального порядка, который бы опровергал достоверность заключения эксперта. Так п. 3 ст. 6 ФЗ ОГСЭД в РФ содержит в себе норму, которая дает право обжаловать результаты проведенной экспертизы заинтересованными в этом лицами [3]. Но, что касается АПК РФ, то там таких указаний нет. Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 04.04.2014 № 23 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами законодательства об экспертизе» (далее – ПП ВАС РФ от 04.04.2014 № 23) разъясняет данное отсутствие так: АПК РФ не относит заключение эксперта к судебному акту, который подлежит обжалованию согласно п. 1 ст. 188 АПК РФ. По общему правилу все возражения, которые возникают в связи с назначением экспертизы, могут обжаловаться при обжаловании судебного акта, которым будет окончено рассмотрение дела по существу [2].

Появление норм, которые бы позволили обжаловать определение о назначении экспертизы врозь от определения, которое приостанавливает производство по делу, даст возможность рассмотреть действительность как материальных, так и временных затрат, связанных с ее проведением.

Кроме того, проведенная по инициативе стороны независимая экспертиза, то есть не назначенная судом или не установленная им по ходатайству стороны, не обладает статусом экспертного заключения.

В соответствии с п. 13 ВАС РФ от 04.04.2014 № 23, такое заключение может быть признано иным документом, относящимся к материалам дела в соответствии со ст. 89 АПК РФ [2]. Однако, ст. 75 и ст. 89 АПК РФ гласят, что иные документы и материалы дела необходимо также признать относимыми и допустимыми, а для этого они должны содержать сведения об обстоятельствах дела. Заключение эксперта содержит в себе результат исследования эксперта и логическую цепочку его деятельности и мыслей, из которой можно понять, как он пришел к такому заключению, а не сведения об обстоятельствах дела. Суд не в состоянии оценить заключение эксперта в полной мере, так как для оценки такого уровня суду необходимо обладать теми же знаниями, какими обладает эксперт, поэтому обычно на практике суды обращают внимание на выводы эксперта при вынесении решения, а содержательную часть пропускают.

Поэтому в данной ситуации выдающийся специалист в области теории и практики судебной экспертизы, Е.Р. Россинская, предлагает такое решение проблемы, как реальная состязательность экспертов. Эта идея заключается в предоставлении каждой стороне арбитражного процесса право назначать экспертизы, а не только ходатайствовать о ее назначении, а также уравнивать правовой статус экспертизы, назначенной судом, и экспертизы, проведенной стороной вне суда [5, с. 280].

Анализ судебной практики арбитражных судов показывает, что вознаграждение эксперта не зависит от качества экспертного заключения и оценки его судом, непринятие такого заключения как доказательства по делу не может освобождать сторону, заявившую о назначении экспертизы, от выплаты

вознаграждения и, соответственно, от возмещения по правилам статьи 110 АПК РФ судебных расходов на оплату экспертизы стороной по делу при принятии решения по иску. Эти пробелы в законодательстве могут способствовать злоупотреблению правами со стороны экспертов, отрицательно сказываться на качестве работы экспертов, а также привести к ущемлению прав участников арбитражного процесса, поэтому следовало бы усовершенствовать законодательство путем введения норм, устанавливающих административную ответственность экспертов за недобросовестно и некачественно проведенную экспертизу [6, с. 226].

Таким образом, проведенный анализ судебной практики позволяет выделить ряд проблем, касающихся экспертизы и экспертного заключения, требующие не только совершенствования процессуальных норм, но и усиление правил и порядка привлечения к ответственности недобросовестных экспертов, что позволит суду выносить справедливые решения по арбитражным делам.

Список литературы:

1. Добриева М.М. Проблемы правоприменительной практики при назначении и проведении судебной экспертизы в арбитражном процессе и пути их разрешения // Отечественная юриспруденция. 2017. №8 (22).
2. Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 04 апреля 2014 г. № 23 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами законодательства об экспертизе» // Вестник Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации. № 6. 2014.
3. Федеральный закон от 31 мая 2001 года № 73-ФЗ «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации от 4 июня 2001 г. № 23 ст. 2291.

КОРПОРАТИВНЫЕ ЮРИДИЧЕСКИЕ ЛИЦА КАК УЧАСТНИКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Султанов Фаид Фажрудинович

*студент, Дагестанский государственный технический университет,
РФ, г. Махачкала*

CORPORATE LEGAL ENTITIES AS PARTICIPANTS IN ECONOMIC ACTIVITY

Faid Sultanov

*Student, Dagestan State Technical University,
Russia, Makhachkala*

Аннотация. В статье проведен анализ корпоративных юридических лиц как участников экономической деятельности. методология исследования – анализ научной литературы по заданной проблеме, а также практического отечественного опыта.

Abstract. The article analyzes corporate legal entities as participants in economic activity. research methodology - analysis of scientific literature on a given problem, as well as practical domestic experience.

Ключевые слова: юридические лица; корпоративные юридические лица; экономическая деятельность; экономика.

Keywords: legal entities; corporate legal entities; economic activity; economy.

В России закреплены принципы свободного участия в экономической деятельности. Запрета на участие в ней не может быть наложено даже при введении чрезвычайного положения.

Гражданское законодательство и иные нормативно-правовые в первую очередь регулируют экономическую деятельность частных и юридических лиц. 112 ФЗ-488 от 2014 г. позволяет рассматривать корпоративных юридических лиц в качестве субъектов, которые ведут свою деятельность на территории РФ и относящемся к ее территории континентальном шельфе. Регулирование отраслей деятельности с участием в них корпоративных юридических лиц

осуществляется на основе конституционных положений, федеральных законов и других подзаконных нормативно-правовых актов.

В ФЗ-488 от 2014 г. корпоративные юридические лица рассматриваются в качестве субъектов, которые осуществляют деятельность по разным направлениям, начиная от непосредственного создания промышленной инфраструктуры, заканчивая созданием индустриальных парков.

При этом в законе отдельно выделена интегрированная структура оборонно-промышленного комплекса. В ее рамках свою деятельность осуществляют объединения, участниками которых являются несколько юридических лиц.

В качестве одного юридического лица в этой структуре рассматривается головная организация, именно она контролирует принятие управленческих решений другими юридическими лицами. Можно рассматривать такую структуру в качестве хозяйственной системы. Промышленное объединение в данном случае создано для того, чтобы содействовать повышению эффективности управления деятельности организаций в области обороннопромышленного комплекса. Корпоративные юридические лица могут являться участниками экономической деятельности в виде государственных фондов или автономных учреждений, ориентированных на решение конкретных государственных задач.

В сферу регулирования гражданским законодательством корпоративные отношения попали после вступления в силу ФЗ-302 от 2012 г. Понятие корпоративных отношений приводится в пп. 1 п. 3 ст. 3071 ГК. Общие положения гражданского законодательства применяются и в отношении требований, которые исходят из корпоративных отношений. Перечень общих положений (ст. 672 ГК) можно применить по отношению к договору, но эти же 113 положения нельзя будет применить к управлению корпорацией. Из анализа действующего законодательства следует, что корпоративные юридические лица кроме участия в гражданском обороте, еще они принимают участие в

управлении деятельностью. Управление осуществляется через гражданско-правовое общество, что вытекает из смысла п. 2 ст. 1811 ГК.

Это общество в соответствии с корпоративным договором или общими принципами влияет на деятельность юридического лица, которое и является участником экономической деятельности.

В качестве высшего органа корпорации рассматривается общее собрание участников. Именно оно решает, по каким направлениям будет осуществляться экономическая деятельность.

Участники в составе корпорации могут принимать участие в принятии решений и заключении договоров, которые влекут за собой наступление определенных гражданско-правовых последствий.

Корпоративных юридических лиц необходимо рассматривать не только как участников гражданского оборота, но и качестве субъектов, которые организуют экономическую деятельность и управляют ею.

Наиболее распространенным типом юридического лица являются хозяйственные общества, участники таких организаций имеют корпоративные права, основой для управления экономической деятельности организации являются положения корпоративного договора.

Для унитарных предприятий характерно то, что учредители обладают вещными правами в отношении имущества таких организаций.

Корпоративные права появляются у участников в связи с тем, что они начинают принимать участие в корпоративной организации. В осуществлении экономической деятельности также могут принимать участие некоммерческие организации при условии, что такие виды деятельности с получением дохода фигурируют в их уставах.

В социально-экономическом плане корпоративное юридическое лицо необходимо рассматривать в качестве объединения людей, которые за счет 114 функций и реализации полномочий обеспечивают достижение целей экономической деятельности. [1]

Корпоративные юридические лица имеют право на заключение сделок и договоров, имеют право использовать для достижения целей экономической деятельности заемные средства.

Таким образом, для корпоративных юридических лиц характерно прямое участие в денежно-кредитных отношениях. Юридических лиц не следует рассматривать в качестве фикции физического лица, дело в том, что по отношению к корпоративным организациям их необходимо рассматривать в качестве реальных субъектов права.

Братусь С. Н. в своем исследовании предлагает рассматривать в качестве социальной реальности. По мнению автора, для юридического лица характерно наличие гражданских прав и обязанностей, которые носят самостоятельный характер. [2]

У этого юридического лица имеется имущество, через его получение и распоряжение им юридическое лицо обеспечивает достижение целей экономической деятельности.

Гамбаров Ю. С. в своем исследовании обращает внимание на том, что сущность организации заключается не в ней самой, а в выстраиваемых связях и отношениях. Создание и регулирование таких связей и отношений и является инструментом для достижения целей экономической деятельности [3].

Долинская В. В. рассматривает юридическое лицо в качестве правовой формы существования субъекта экономической деятельности. В основе юридического лица находится объединение нескольких людей, которые нацелены через участие в экономической деятельности на удовлетворение общественных потребностей.

Для корпоративных юридических лиц характерно наличие правоспособности, в качестве примера автор приводит действия, направленные на приобретение вещных прав. [5]

Наличие правоспособности также совмещено с закрепленными в соответствии с законодательством принципами ответственности. Те же корпоративные юридические лица несут ответственность за причиненные

убытки. При этом реальная ответственность несетя не самой организацией, а ее учредителями. Органы юридического лица при наделении их определенными полномочиями могут использовать их для того, чтобы обеспечить достижение целей деятельности корпоративного юридического лица.

Таким образом, корпоративные юридические лица являются полноценными участниками экономической деятельности.

Они могут осуществлять деятельность по тем направлениям, которые определены учредительными документами и соответствуют целям. Непосредственное управление имуществом и активами проходит на базе органов юридического лица.

При этом права на участие в экономической деятельности и получение прибыли не лишены даже некоммерческие организации, если эти виды деятельности имеются в уставе. Корпоративные юридические лица учреждают и осуществляют деятельность на основе объединения интересов и возможностей нескольких представителей общества.

Список литературы:

1. Андреев В. К., Лаптев В. А. Корпоративное право современной России. М., 2015.
2. Братусь С. Н. Юридические лица в советском гражданском праве. М., 2017.
3. Гамбаров Ю. С. Гражданское право. Общая часть. М., 2013.
4. Гражданское право: учебник: в 3 т. Т. 1 / под ред. Ю. К. Толстого. 7-е изд. М., 2013.
5. Долинская В. В. Основные положения о юридических лицах: новеллы гражданского законодательства // Законы России: опыт, анализ, практика. 2015. № 6.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ:

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

№ 24 (93)
Июль 2020 г.

В авторской редакции

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

16+

