

**ИНТЕРНАУКА**

ISSN 2686-9810

# СТУДЕНЧЕСКИЙ ВЕСТНИК

научный журнал

номер 3(242) часть 4

г. Москва  
[www.internauka.org](http://www.internauka.org)



# «СТУДЕНЧЕСКИЙ ВЕСТНИК»

*Научный журнал*

№ 3(242)  
Январь 2023 г.

Часть 4

Издается с марта 2017 года

Москва  
2023

УДК 08  
ББК 97  
С88

Председатель редакционной коллегии:

**Еникеев Анатолий Анатольевич** - кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры философии КУБГАУ, г. Краснодар.

Редакционная коллегия:

**Бабаева Фатима Адхамовна** – канд. пед. наук;

**Беляева Наталия Валерьевна** – д-р с.-х. наук;

**Беспалова Ольга Евгеньевна** – канд. филол. наук;

**Богданов Александр Васильевич** – канд. физ.-мат. наук, доц.;

**Большакова Галина Ивановна** – д-р ист. наук;

**Виштак Ольга Васильевна** – д-р пед. наук, канд. тех. наук;

**Голованов Роман Сергеевич** – канд. полит. наук, канд. юрид. наук, МВА;

**Дейкина Алевтина Дмитриевна** – д-р пед. наук;

**Добротин Дмитрий Юрьевич** – канд. пед. наук;

**Землякова Галина Михайловна** – канд. пед. наук, доц.;

**Каноква Фатима Юрьевна** – канд. искусствоведения;

**Кернесюк Николай Леонтьевич** – д-р мед. наук;

**Китиева Малика Ибрагимовна** – канд. экон. наук;

**Кобулов Хотамжон Абдукаримович** – канд. экон. наук;

**Коренева Марьям Рашидовна** – канд. мед. наук, доц.;

**Кадиров Умарали Дусткабилович** - доктор психологических наук;

**Напалков Сергей Васильевич** – канд. пед. наук;

**Понькина Антонина Михайловна** – канд. искусствоведения;

**Савин Валерий Викторович** – канд. филос. наук;

**Тагиев Урфан Тофиг оглы** – канд. техн. наук;

**Харчук Олег Андреевич** – канд. биол. наук;

**Хох Ирина Рудольфовна** – канд. психол. наук, доц. ВАК;

**Ходжибаев Илхомжан Исламжанович** – доктор философии (PhD) по психолог. наукам

**Шевцов Владимир Викторович** – д-р экон. наук;

**Щербаков Андрей Викторович** – канд. культурологии.

**С88 «Студенческий вестник»:** научный журнал. – № 3(242). Часть 4. Москва, Изд. «Интернаука», 2023. – 76 с. – Электрон. версия. печ. публ. – <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/242>

ББК 97

ISSN 2686-9810

© ООО «Интернаука», 2023

<b>Содержание</b>	
<b>Статьи на русском языке</b>	<b>6</b>
<b>Естественные и медицинские науки</b>	<b>6</b>
<b>Рубрика 9. Сельскохозяйственные науки</b>	<b>6</b>
СОЗДАНИЕ ЦИТРУСОВЫХ САДОВ	6
Абдурасулов Ахмет	
ИСПЫТАНИЕ НОВЫХ ГИБРИДОВ КОЧАННОГО САЛАТА	8
Джамбаева Айдана Дамировна	
<b>Рубрика 10. Науки о земле</b>	<b>11</b>
ВОЗДЕЙСТВИЕ ВРЕДНЫХ И ОПАСНЫХ ВЕЩЕСТВ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ	11
Казарян Венедик Симонович	
<b>Общественные и экономические науки</b>	<b>14</b>
<b>Рубрика 11. История</b>	<b>14</b>
ИЗУЧЕНИЕ ВТОРОЙ МИРОВОЙ И ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ НА УРОКАХ ИСТОРИИ В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ	14
Петрова Татьяна Васильевна	
Литягина А.В.	
РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ В XVIII-НАЧАЛЕ XX-ГО ВЕКОВ	18
Румянцев Алексей Владимирович	
ПЕЧАТЬ И ЦЕНзуРА В РОССИИ В НАЧАЛЕ 1900-Х ГОДОВ	20
Синь Цзянхао	
ИСТОРИЯ ДЕЛИЙСКОГО СУЛТАНАТА	22
Ян Кэ	
<b>Рубрика 12. Политология</b>	<b>24</b>
ТЕРРОРИЗМ КАК УГРОЗА НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	24
Заярченко София Владимировна	
Ашикова Эвелина Ибрагимовна	
ОТНОШЕНИЯ РОССИИ СО СТРАНАМИ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ: ПРОБЛЕМА НАРКОТРАФИКА	27
Се Юйхань	
<b>Рубрика 13. Социология</b>	<b>29</b>
СОЦИАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ: ФОРМЫ И СПОСОБЫ РЕАЛИЗАЦИИ	29
Анисимова Вероника Сергеевна	
Хашаева Светлана Владимировна	
ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДОВОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ ГРАЖДАН ПОЖИЛОГО ВОЗРАСТА В ЦЗН	32
Шайхуллина Регина Владимировна	
Фазлыева Айгуль Фаритовна	

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ПАРАДИГМЫ Р.К. МЕРТОНА Яруллин Руслан Фаридович	34
<b>Рубрика 14. Философия</b>	<b>36</b>
АНАЛИЗ ЦИТАТЫ ИЗ КНИГИ ФРИДРИХА НИЦШЕ «ТАК ГОВОРИЛ ЗАРАТУСТРА» Белова Наталья Александровна Потапова Виктория Андреевна	36
ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОЗНАНИЕ: ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ И СМЫСЛ СУЩЕСТВОВАНИЯ ПОНЯТИЯ Казина Мария Игоревна	38
<b>Рубрика 15. Этнография</b>	<b>40</b>
В ПРОШЛОМ НАШЕ БУДУЩЕЕ Яударов Шамиль Сайд-Магомедович	40
<b>Рубрика 16. Менеджмент</b>	<b>43</b>
ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДАЖ КОМПАНИЙ Гороховский Евгений Юрьевич	43
МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ Кадочникова Анастасия Валерьевна	46
ТОВАРНАЯ СТРАТЕГИЯ ФИРМЫ. ТОВАРНЫЙ ЗНАК. (НА ПРИМЕРЕ ООО «VOLKSWAGEN ГРУП РУС») Муродова Сурайё Абдулложоновна Чаусов Николай Юрьевич	48
<b>Рубрика 17. Регионоведение</b>	<b>54</b>
ПРАКТИКА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБЩЕГО ОБРАЗОВАНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫМИ СЛУЖАЩИМИ РОВЕНЬСКОГО РАЙОНА БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ Страхова Валерия Сергеевна Самохвалова Елена Владиславовна	54
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ СВЯЗЕЙ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА СО СТРАНАМИ АТР Тищенко Анастасия Владимировна	57
<b>Рубрика 18. Реклама и PR</b>	<b>59</b>
АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЙ ПО УНИЧТОЖЕНИЮ БЕСПИЛОТНЫХ ЛЕТАТЕЛЬНЫХ АППАРАТОВ ИЗ СТРЕЛКОВОГО И СПЕЦИАЛЬНОГО ОРУЖИЯ Гришин Андрей Игоревич Гереханов Умар Ахмедович Раков Вячеслав Викторович	59
КАНАЛЫ И СПОСОБЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ РЕКЛАМЫ Хлебнова Анастасия Игоревна Шадрина Любовь Юрьевна	61

<b>Рубрика 19. Экономика</b>	<b>64</b>
РОЛЬ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В ФОРМИРОВАНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ КИТАЯ	64
Астапович Роман Игоревич Крейзберг Анна Алексеевна	
МИРОВОЙ ОПЫТ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ	68
Вавилова Анастасия Владимировна	
РАЗВИТИЕ И УКРЕПЛЕНИЕ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ: 2012-2022 ГГ.	71
Нижельская Татьяна Николаевна Юрченко Артём Владимирович Гриванов Роман Игоревич	

**СТАТЬИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ****ЕСТЕСТВЕННЫЕ И МЕДИЦИНСКИЕ НАУКИ****РУБРИКА 9.****СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ НАУКИ****СОЗДАНИЕ ЦИТРУСОВЫХ САДОВ***Абдурасулов Ахмет**магистр,**ФГБОУ ВО Кубанский государственный аграрный университет,**имени И.Т. Трубилина,**РФ, г. Краснодар***CREATING CITRUS ORCHARDS****АННОТАЦИЯ**

Указаны создание citrusовых садов, условия микроклимата, выбор места для citrusового сада и важные составляющие показатели пригодности для выращивания citrusовых растений.

**ABSTRACT**

The creation of citrus orchards, microclimate conditions, the choice of a place for a citrus garden and important components of the indicators of suitability for growing citrus plants are indicated.

**Ключевые слова:** citrusовый сад, citrusовые растения, почва, мандарин.

**Keywords:** citrus garden, citrus plants, soil, tangerine.

При выборе места для citrusового сада следует особое внимание уделить погодным условиям, рельефу, почве, ее состоянию. Как мы отмечали выше, в этом месте зимний минимум погоды не должен быть ниже  $-2-6^{\circ}\text{C}$ . Площади с южными склонами наиболее благоприятны для citrusов, ибо по сравнению с другими территориями температура воздуха здесь более высокая. Условия микроклимата площади зависят от вида ее рельефа, характера и положения склона.

Согласно правилам, в разных частях рельефа с вогнутой поверхностью температурный режим ниже, чем на выпуклой поверхности. Наиболее лучшими и теплыми бывают площади, занимающие амфитеатр между склонами.

Большая часть citrusовых садов мира расположена на площадях с разными уклонами, в том числе на  $15-20^{\circ}\text{C}$  склонах. Например, в Грузии картина такова: 60% всех citrusов растет на склонах более  $8^{\circ}\text{C}$ , в том числе из них 31% – на склонах выше  $20^{\circ}\text{C}$ . В Японии 75% мандаринов – на склонах  $15^{\circ}\text{C}$ , а 31% – с уклоном более  $30^{\circ}\text{C}$ . Причем они растут на почвах с грунтовыми водами на глубине 60-70 см. При этом разнятся затраты на получение хороших урожаев. Поэтому для создания рентабельных садов следует в хозяйствах выделять площади, годные для выращивания citrusов.



Одной из важных составляющих показателя пригодности для выращивания цитрусовых растений является дренаж почвы. Застой воды и как следствие этого – не проветривание почвы в итоге приводит к медленному гниению корней цитрусов. Именно это надо помнить: потребность к кислороду почвы у цитрусов больше, нежели у других плодовых растений, да к тому же возрастает вероятность заболеваемости цитрусовых корней грибковыми болезнями. Считаются непригодными плотные почвы особенно с высоким горизонтом залегания глины и влажности. В таких почвах цитрусы страдают от засухи в сухую погоду, от излишней влаги – в дождливую пору. На площадях для цитрусов грунтовые воды должны обязательно залегать на глубину ниже 1,5 метра. Цитрусы предпочитают несильно кислые почвы с рН – показателем около 5,5-7,0. Эти растения хорошо развиваются в почвах, богатых гумусом.

Ученые многих стран считают, что цитрусы можно с успехом выращивать даже в почвах с хорошими физическими показателями, хотя и низкого плодородия. К примеру, в Японии на почвах от природы с низким плодородием, но с добавлением удобрений собирают с гектара до 40 тонн мандаринов. В субтропических зонах России пригодными для карликовых мандаринов и других цитрусов являются почвы с высоким содержанием перегноя, карбоната, слабого подзола и аллювиала. После проведения глубокой мелиорации, осушения и двух-трехлетнего окультивирования илисто-заболоченных, подзол-глиняных и подзол-заболоченных земель они тоже пригодны для выращивания цитрусов, однако совсем непригодными для выращивания цитрусов, однако совсем непригодными для них считаются сильно галечные почвы.

#### **Список литературы:**

1. Баранов В.Д., Устименко Г.В. Мир культурных растений. М.: Мысль, 1994.-381 с.
2. Гаммидулаев С.Н. Товароведение и экспертиза плодоовощных товаров: Учебное пособие/ С.Н. Гаммидулаев, Е.В. Иванова, С.П. Николаева, В.Н. Симонова. - СПб.: Альфа, 2000 - 432 с.
3. ГОСТ 53596-2009 "Плоды цитрусовых культур для употребления в свежем виде. Технические условия".
4. Дубцов Г.Г. Товароведение пищевых продуктов: Учебник для студентов учреждений среднего специального профобразования / Г.Г. Дубцов. - М.: Мастерство: Высшая школа, 2001 - 264 с.
5. Ахундзаде И.М. Траншейная культура цитрусовых в Азербайджане. Баку: Азернешр, 1950. - С. 45.
6. Влияние стимуляторов роста на всхожесть семян HIBISCUS ESCULENTUS L. И CYNARA SCOLYMUS L
7. Куценко Е.А., Антонян А.К., Титова В.А., Звягина А.С. В сборнике: Овощеводство – от теории к практике. Сборник статей по материалам III региональной научно-практической конференции молодых ученых. Краснодар, 2020. С. 88-90.



## ИСПЫТАНИЕ НОВЫХ ГИБРИДОВ КОЧАННОГО САЛАТА

*Джамбаева Айдана Дамировна*

*магистр,*

*ФГБОУ ВО Кубанский государственный  
аграрный университет имени И.Т. Трубилина,  
РФ, г. Краснодар*

## TESTING OF NEW HEAD LETTUCE HYBRIDS

### АННОТАЦИЯ

В условиях интенсивного овощного севооборота в Анапо - Таманской зоне Краснодарского края впервые испытаны новые гибриды салата кочанного компании, Саката  $F_1$  Серена и  $F_1$  LE 10585 на их пригодность к выращиванию в условиях юга России.

### ABSTRACT

in the conditions of intensive vegetable crop rotation in the Anapa - Taman zone of the Krasnodar Territory, new hybrids of the company's lettuce, Sakata  $F_1$  Serena and  $F_1$  LE 10585 were tested for the first time for their suitability for cultivation in the conditions of southern Russia.

**Ключевые слова:** салат кочанный, рассада, высадка, гибрид, кочан.

**Keywords:** lettuce, seedlings, planting, hybrid, cabbage.

Опыты были заложены в интенсивном овощном севообороте ИП «Ерохина Е.А.» в пос. Стрелка Темрюкского района Краснодарского. Опыты состояли из их повторностей.

В каждой повторности 40 учетных растений. В повторностях вели фенологические учеты, на 5 растениях, определяли фитомассу растений на 5, 10, 30, и 40 сутки, после высадки рассады, вели контроль за проявлением заболеваний на растениях (визуально) через каждые 5 суток. Определение массы одного растения и учет урожайности вели по 10-ти растениям каждой повторности (1).

Методической основой исследований послужили разработка планы-программы исследований, оценка измерений и выбор средств для проведения эксперимента, проведение экспериментов и обработка экспериментальных данных.

Рассада готовилась в хозяйстве по рекомендациям Кубанского агро университета (2,3). Растения были высажены рассадно-посадочной машиной, а в след с ее окончанием обеспечен полив посредством системы капельного орошения. Приживаемость рассады составила 100%. На 5-6 сутки рассада адаптировалась к погодным условия открытого грунта и до уборки кочанов не было выпадов ни в одной повторности (на 10 сутки вегетации у гибридов было 5-7 листьев, длиной 7-8 см, шириной 5-6 см), ход ростовых процессов отражено в таблице 1.

Высадка рассады осуществлена в сроки, когда условия освещенности близки к оптимальным. (4)

Таблица 1.

**Даты прохождения фенологических фаз салата.  
(ИП «Ерохина Е.А.», Темрюкский район, 2020 г.)**

Исследуемые образцы	Дата								
	посева	появления массовых всходов	высадка рассады	фазы 3-4 листьев	фазы 5-7 листьев	фазы 8-10 листьев		Формирования кочана	массовой уборки
$F_1$ Серена	28.03	02.04	06.05	20.05	02.06	08.06	16.06	22.06	27.06
$F_1$ LE 10585	28.03	02.04	06.05	20.05	02.06	08.06	16.06	22.06	27.06
Контроль	28.03	02.04	06.05	20.05	02.06	08.06	19.06	24.06	30.06
$F_1$ Челлендж									

Как видно из таблицы 1. Контрольные растения, ( $F_1$  Челлендж) во второй половине вегетации начали отставание в фазе начала формирования кочана на 3 суток, что сохранилось и до массовой уборки.

Одним из показателей роста салата является нарастание его массы (таблица 2). Гибриды  $F_1$  Серена и  $F_1$  LE 10585 первые 30 суток имели примерно одинаковую динамику роста. В период 30-40 суток вегетации после высадки рассады большую массу (310,67 г) имел  $F_1$  Серена. Кочан этого гибрида превышали  $F_1$  LE 10585-на 89,2 г или 40,3%. Контрольные растения гибрида  $F_1$  Челлендж формировали кочан на 11 г или 4,8% больше чем  $F_1$  LE 10585, однако они по их массе уступают.

Таблица 2.

**Динамика нарастания фитомассы салата  
(ИП «Ерохина Е.А.», Темрюкский район, 2020 г.)**

Гибрид	Фитомасса салата после высадки рассады на:					
	Показатель	5 сутки 11.05	10 сутки 21.05	20 сутки 31.05	30 сутки 11.06	40 сутки 21.06
$F_1$ Серена	Масса листьев	3,07	10,06	39,48	185,0	310,67
	Масса корней	0,73	1,57	2,14	10,21	115,22
	Масса кочана	-	-	-	230,64	390,14
	Σ	3,77	10,78	40,82	415,97	716,03
$F_1$ LE 10585	Масса листьев	2,86	9,02	44,43	185,34	221,47
	Масса корней	0,63	1,23	1,36	10,82	14,53
	Масса кочана	-	-	-	199,17	385,86
	Σ	3,49	10,25	45,79	395,33	621,86
Контроль	Масса листьев	2,12	8,11	37,15	174,33	232,15
	Масса корней	0,46	1,33	2,10	10,05	13,26
$F_1$ Челлендж	Масса кочана	-	-	-	192,63	383,85
	Σ	2,58	9,44	39,25	370,01	628,96

F1 Серена 78,52 г или 38,8%.

Масса кочана трех гибридов имела соотношение между собой в таком виде F1 Серена 716,03: F<sub>1</sub> LE 10585 621,86: F1 Челлендж 628,96. Таким образом, лучшим из трех испытанных гибридов кочанного салата был гибрид F1 Серена. Два остальных гибрида - F<sub>1</sub> LE 10585 и F1 Челлендж формировали кочанчики массой около 620 г, а разница между ними по массе была в пределах ошибки опыта.

Фермерам Анапы-Таманской зоны, занимающимися овощами рекомендуем к выращиванию новый высокоурожайный, высоко устойчивый к краевому ожогу гибрид компании “Соката” F1 Серена.

#### **Список литературы:**

1. Гиш Р.А. Рассада-важнейший элемент интенсивного овощеводства (Вестн, овощевода-2010. /1(4).
2. Богатырев Н.И., Гиш Р.А., Моргунов С.М., Семоднин Д.Ю., Потапенко Ю.В., Чумак М.С.
3. Устройство для межрядового досвечивания тепличных растений Патент на изобретение RU 2629755С, 01.09.2017 заявке от 20161 32623 от 08.2016.

**РУБРИКА 10.****НАУКИ О ЗЕМЛЕ****ВОЗДЕЙСТВИЕ ВРЕДНЫХ И ОПАСНЫХ ВЕЩЕСТВ  
НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ***Казарян Венедик Симонович**магистрант,**Сочинский институт (филиал)**Российского университета дружбы народов,**РФ, г. Сочи*

Под загрязнением окружающей среды, в широком смысле слова, понимается процесс привнесения извне не характерных для неё физико-химических и биологических реагентов, приводящих к неблагоприятным обратимым и необратимым изменениям.

Другими словами, глобальное загрязнение и экологические проблемы человечества вызваны любым материальным и энергетическим проявлением, присутствующим в нежелательном месте в нежелательной концентрации.

Причины загрязнения окружающей среды изредка могут быть частью естественных природных явлений. За редким исключением, естественные загрязнения не приводят к губительным последствиям и легко нейтрализуются силами самой природы. Останки мёртвых растений и животных со временем перегнивают и становятся частью почвы. Выходы газов или различных руд тоже не оказывает существенного разрушительного воздействия, так как за многие тысячи лет, ещё до появления человечества, природа выработала механизмы, способствующие противодействию таким загрязнителям и эффективно с ними справляющиеся.

Загрязняющие выбросы – это различные по генезису виды отходов, которые постоянно попадают в окружающую среду в результате хозяйственной деятельности человека. Они оказывают вредное воздействие на все элементы среды: людей, флору и фауну, почву, воду, производственные здания и сооружения, вызывают коррозию металлических изделий, снижают прозрачность атмосферы, повышают влажность, увеличивают количество туманов (в т.ч. кислотных), ухудшают видимость и т.д. Выбросы загрязняющих веществ в атмосферу, литосферу и гидросферу разрушают в них сформировавшиеся экосистемы, делая их либо непригодными для жизни, либо не пригодными вовсе [2].

К числу основных загрязнителей окружающей среды, кроме токсичных химических соединений, относятся и энергетические загрязнения – тепловое, электромагнитное, шумовое, световое и т.д. Отдельным и весьма существенным загрязнителем окружающей среды является биологическое, предполагающее внедрение в экосистемы чужеродных инвазивных организмов (вирусы, бактерии, плесень, продукты гниения и т. д.).

Актуальность исследуемой темы обусловлена тем, что проблема загрязнения атмосферного воздуха является одной из самых серьёзных глобальных проблем, стоящих перед человечеством [1]. Как показывают результаты современных экологических исследований, атмосферные выбросы и загрязнения являются одними из самых мощных и устойчивых факторов негативного воздействия на человека и окружающую среду. Выбросы загрязняющих веществ в атмосферу – это в основном летучие газообразные химические вещества, а также твёрдые частицы (пыль, сажа, грязь). Источники загрязнения атмосферы принято делить на два типа: естественные (их количество крайне мало и их влияние на атмосферу планеты в целом незначительно) и искусственные (техногенные).

К естественным источникам загрязнения относятся: извержения вулканов (пыль, газы), пыльные бури, природные лесные пожары, пыль космического происхождения, частицы морской

соли, продукты растительного, животного и микробиологического происхождения. Уровень такого загрязнения считается фоновым, который мало изменяется со временем. Основным естественным процессом загрязнения приземной атмосферы является вулканическая и флюидная активность Земли. Крупные вулканические извержения приводят к глобальному и долговременному загрязнению атмосферы. Это вызвано мгновенным выбросом огромного количества газов в высокие слои атмосферы, которые подхватываются высокоскоростными воздушными потоками на больших высотах и быстро разносятся по всему земному шару.

К искусственным (техногенным) загрязнителям окружающей среды относятся промышленные предприятия, бытовые котельные, а также автомобильный транспорт, который ежедневно выбрасывает в приземный слой атмосферы огромное количество токсичных выхлопных газов, что приводит к постоянно растущему накоплению в атмосфере углекислого газа, оксидов азота, диоксида серы, альдегидов, углеводов и т. д. Естественно, что наибольшее количество выбросов загрязняющих веществ в атмосферу происходит в крупных городах. Накопление углекислого газа в атмосфере является основной причиной парникового эффекта, который усиливается по мере нагревания Земли лучами Солнца. Этот газ не пропускает инфракрасное тепловое излучение обратно в космос в ночное время.

Атмосферный воздух является одним из важнейших компонентов окружающей среды. Основными источниками химического загрязнения атмосферы являются тепловые электростанции, сжигающие органическое топливо, автомобильный транспорт, чёрная и цветная металлургия, химическое производство, добыча и переработка полезных ископаемых, строительство и сельскохозяйственное производство.

Химическое загрязнение включает в себя минеральные и органические вещества. В современных условиях в атмосферу выбрасывается более 400 миллионов тонн частиц золы, сажи, пыли и всевозможных отходов и строительных материалов. Кроме перечисленных веществ, в атмосферу выбрасываются и другие, более токсичные вещества: пары минеральных кислот (серной, хромовой и др.), органические растворители и т.д. [3].

Различают разрушаемые и стойкие химические загрязнители. Последние особенно опасны, так как могут накапливаться в биосфере. Наличие стойких загрязнителей объясняется тем, что человек синтезировал новые вещества и даже классы веществ, которые ранее отсутствовали в биосфере, и поэтому в природе не существует естественных способов утилизации этих веществ.

Примером чрезвычайно стойкого загрязнителя является инсектицид ДДТ. Несмотря на то, что он не используется уже несколько десятилетий, ДДТ обнаруживается в крови животных, живущих в самых отдалённых уголках земного шара, где этот пестицид никогда не применялся.

Последствия химического загрязнения окружающей среды – это отголоски антропогенной деятельности. Избыточное поступление тяжёлых металлов, синтетических соединений в организм животных, человека, структуры растений отражается на здоровье и развитии экосистемы. Одни действуют быстро, а для других характерны отдалённые исходы.

Биологическое загрязнение – это внедрение и размножение в окружающей среде организмов, нежелательных для человека, а также внедрение патогенных микроорганизмов. Интродукция, казалось бы, безобидных видов также может выступать в качестве биологического загрязнения.

Под биологическим загрязнением также подразумевают появление нетипичных видов, конкурирующих с уже живущими в регионе. Их исчезновение приводит к катастрофам – непоправимым последствиям для природных сообществ.

Масштабы поражения экологических сообществ, как правило, не поддаются контролю и мониторингу. Учёные-экологи стремятся предупредить появление в природных экосистемах вредоносных организмов, не допускать заражения людей и животных инфекционными болезнями. Для этого необходимо:

- Усилить контроль за соблюдением техники безопасности в лабораториях и на заводах.
- Соблюдать санитарные нормы.
- Очищать сточные воды, контролировать состояние очистных сооружений и фильтров.
- Соблюдать личную гигиену, следить за качеством питьевой воды.

- Поддерживать оптимальную температуру, уровень влажности помещения.
- Своевременно проводить вакцинацию, прививки населения от инфекционных заболеваний.

Другие волновые загрязнения обычно вызваны электромагнитным воздействием. Ярким примером такого загрязнения может служить влияние высоковольтных линий электропередач. Если встать под такой линией и в вытянутых руках зажать концы проводов, подключенных к электрической лампочке, то лампочка загорится. Это говорит о величине электромагнитного поля в таком месте. Поэтому запрещается строить дома и проводить какие-либо работы вблизи и тем более под линиями электропередач.

Загрязнение окружающей среды является глобальной проблемой человечества, так как может привести к экологической катастрофе, в частности, при потребительском отношении к ней. Вследствие этих неблагоприятных факторов увеличивается смертность и заболеваемость среди населения планеты. Среди наиболее важных путей решения экологических проблем, вызванных загрязнением окружающей среды, большинство исследователей также выделяют внедрение чистых, мало- и безотходных технологий, строительство очистных сооружений, рациональное распределение производства и использование природных ресурсов.

### **Список литературы:**

1. Иситов Д.Т. Как загрязнение атмосферы влияет на природу // Молодой учёный. – 2016. – № 9.1 (113.1). – С. 34-35.
2. Климов А.Л. Негативное воздействие загрязняющих веществ на природу // Вестник сельского развития и социальной политики. – 2016. – № 1 (9). – С. 131-134.
3. Юркова А.А. Химическое загрязнение окружающей среды // Colloquium-journal. – 2021. – № 18-1 (105). – С. 9-12.

**ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ****РУБРИКА 11.****ИСТОРИЯ****ИЗУЧЕНИЕ ВТОРОЙ МИРОВОЙ И ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ  
НА УРОКАХ ИСТОРИИ В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ**

***Петрова Татьяна Васильевна***

*студент института гуманитарного образования,  
Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет  
имени В.М. Шукшина,  
РФ, г. Бийск*

***Литягина А.В.***

*научный руководитель, канд. ист. наук, доц.,  
Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет  
имени В.М. Шукшина,  
РФ, г. Бийск*

**АННОТАЦИЯ**

Научно-исследовательская работа посвящена актуальной теме – преподаванию Второй мировой и Великой Отечественной войны на уроках истории в средней школе. Статья перечисляет вспомогательные методы, которые можно использовать учителю со школьниками при изучении важной темы, соблюдая требования федерального государственного образовательного стандарта.

**Ключевые слова:** урок истории, тема «Вторая мировая война, Великая Отечественная война 1941–1945 гг.», методики преподавания.

В 2022 г. дисциплине «История» уделяется особое внимание со стороны Министерства просвещения и Министерства науки и высшего образования Российской Федерации. В школах стали проводиться «Разговоры о важном», в средних профессиональных учреждениях читается дополнительный курс лекций «Россия – моя история», а в вузах значительно увеличивается количество часов по истории. Данные изменения в образовании непосредственно связаны с тем, чтобы молодое поколение знало историю своей страны, гордилось ей, не смотря на ее искажение со стороны западных СМИ в условиях реальных событий.

Вторая мировая война и Великая Отечественная война 1941–1945 гг. занимает важное место в истории России. Тяжелые военные годы коснулись каждой семьи, борьба наших прадедов с фашизмом никогда не должна забываться. Изучению Второй мировой и Великой Отечественной войны на уроках истории в средней школе отдается не только значительная роль, но и используются учителями специальные методики для лучшего освоения и закрепления материала учениками.

Поставленная проблема неоднократно поднималась в отечественной историографии, опубликованы научные исследования А.К. Быкова [1], К.В. Каскина [2], А.Г. Курбангалиевой [3], И.А. Фирсовой, М.Г. Якунчевой, В.В. Бегеевой, К.Р. Максумовой [5], А.С. Черкасова [6], однако до сих пор нет научных исследований, обобщающих воедино методы, которые можно



использовать учителю историю при изучении школьниками темы Второй мировой и Великой Отечественной войны. *Это степень научной разработанности проблемы и обоснование вашего вклада в изучение указанной темы! Без этого данная статья не будет иметь обоснования своей актуальности и новизны.*

Курс средней школы предполагает определенные федеральные государственные образовательные стандарты, которые необходимо выполнять. Например, ФГОС среднего общего образования указывает, что в содержании учебного предмета «История» тема Второй мировой и Великой Отечественной войны является обязательной к изучению. Здесь также прописываются основные аспекты рассмотрения данного вопроса. По стандарту содержание темы включает следующие моменты:

- Вторая мировая война: причины, участники, основные сражения, итоги;
- Великая Отечественная война 1941-1945 годы: причины, силы сторон, основные операции;
- государство и общество в годы войны, массовый героизм советского народа, единство фронта и тыла, человек на войне;
- нацистский оккупационный режим, зверства захватчиков;
- освободительная миссия Красной Армии;
- победа над Японией;
- решающий вклад СССР в Великую Победу;
- защита памяти о Великой Победе» [4].

Основным учебным пособием, на основании которого учитель в средней школе строит урок, является учебник по предмету. В разных регионах России, городах и школах образовательными учреждениями по предмету «История» используются учебники разных авторов, утвержденные Минпросвещением России. Все эти книги в полной мере отражают информацию, необходимую для изучения.

Дополнением к учебнику истории при изучении тем Второй мировой и Великой Отечественной войны служат исторические источники и карты. Наглядные и исследовательские методы обучения школьников помогают лучшему освоению и запоминанию материала детьми. Федеральные государственные стандарты содержат высокие требования к уровню картографических знаний и умений, а также умений работы с историческими источниками. При изучении на уроках Второй мировой и Великой Отечественной войны, учитель может дополнить работу заданиями с контурной картой (например, отметить на карте города, освобожденные в результате победы советских войск в ходе коренного перелома в Великой Отечественной войне) и историческими источниками (например, документы о ходе военных действий, приказы и постановления, воспоминания, дневники, письма и др.) [6. с. 207]. Использование карт и документов на уроках истории позволяет сформировать у обучающихся прочные теоретические знания; проиллюстрировать изучаемые исторические события, явления и процессы; обеспечить доказательность теоретических положений, идей; научить самостоятельно делать выводы и обобщения; формировать оценочную деятельность [5. с. 121].

Следующий метод, который поможет учителю при проведении уроков – это метод тестирования. Он направлен на выявление предметных знаний по истории Второй мировой и Великой Отечественной войны. Тестирование желательно проводить в конце изучения темы. По результатам теста преподаватель сможет определить процент усвоения материала, пробелы в знаниях определенных дат и событий, и по необходимости вернуться к неосвоенному материалу обучающимися [3. с. 112].

Полностью погрузиться в изучаемую тему помогает метод проектной деятельности. В рамках учебного процесса обучающимся может быть предложено исследование истории своей семьи. Создавая генеалогическое древо семьи, дети особое внимание уделяют своим родственникам – участникам Великой Отечественной войны, труженикам тыла и детям войны. Проект может включать в себя не только изображение древа, документальных источников, но и видео-интервью с родственниками – очевидцами тех лет [1. с. 17].

Темы проектов о Второй мировой и Великой Отечественной войне могут быть разнообразны, посвящены героям-участникам сражений, городам-героям, великим полководцам, улицам и скверам, которые по своему названию относятся к событиям 1941–1945 гг.

Например, в городе Бийск есть улицы имени Н.П. Красильникова и Г.С. Васильева, названные в честь героев - участников Великой Отечественной войны. На берегу реки Бия располагается парк 50-летия Победы, который разбит в память обо всех героях и воинах, погибших в эти ужасные военные годы. Все, что связано с событиями военных лет, может быть предметом проектной деятельности обучающихся. В настоящее время есть большая возможность использовать проекты, которые выполнены на школьном уровне, во всероссийских конкурсах. Такая деятельность будет большим плюсом, как для ученика, так и для учителя. Например, в известном среди подростков, всероссийском конкурсе «Большая перемена» имеется отдельный вызов «Помни!», почему бы и не совместить урочную деятельность с участием в известных мероприятиях, направленных на патриотическое воспитание молодежи.

Вспомогательным компонентом при изучении темы Великой Отечественной войны могут быть просмотр и обсуждение кино и видеофильмов по тематике Второй мировой войны, участие школьников в акциях по оказанию помощи ветеранам войны, участие в деятельности поисковых отрядов по захоронению останков воинов в местах боевых действий, оформление школьных стендов к 9 Мая, участие в акции «Бессмертный полк», привлечение школьников к благоустройству и поддержанию в надлежащем порядке обелисков, стел, памятников, других мемориальных сооружений, посвященных погибшим в Великую Отечественную войну воинам [1. с. 19].

Важной частью воспитательной и обучающей работы с детьми должна быть экскурсионная деятельность. Во многих городах России работают музеи воинской славы, краеведческие музеи открывают выставки, посвященные войне, на которых для школьников проводятся обучающие экскурсии, где дети наглядно могут увидеть военную форму и оружие военных лет, прочитать письма, которые писали домой солдаты. Если нет возможности выхода в музеи, то существуют виртуальные экскурсии. Например, Музей Победы г. Москвы предоставляет такую возможность для своих посетителей.

Вторая мировая и Великая Отечественная война – важная часть истории нашей страны. При изучении дисциплины «История» данная тема должна быть преподнесена учителями в такой форме, чтобы школьники смогли правильно усвоить материал, запомнить его, анализировать и обосновать. Различные методики помогают учителю в этой сложной работе, ограниченной еще и требованиями федерального государственного образовательного стандарта. Работа с картами, источниками, проектная деятельность, воспитательная работа в объединенной форме позволит преподавателю достигнуть успеха в работе с обучающимися на уроках истории.

### Список литературы:

1. Быков А.К. Победа в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг.: исторические и культурологические аспекты воздействия на социализацию детей и молодежи / А.К. Быков // Мир образования – образование в мире. – 2015. – № 1 (57). – С. 10–20.
2. Каскин К.В. Изучение военных действий союзников по антигитлеровской коалиции второй мировой войны на уроках истории / К.В. Каскин // Инновации. Наука. Образование. – 2020. – № 23. – С. 2879–2886.
3. Курбангалиева А.Г. Использование исторических источников на уроках истории в средней школе по истории Великой Отечественной войны / А.Г. Курбангалиева // Лучшие студенческие исследования. Сборник статей VIII Международного научно-исследовательского конкурса. Пенза, 2022. – 2022. – С. 110-114.
4. Приказ Министерства просвещения РФ от 12 августа 2022 № 732 «О внесении изменений в федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 г. № 413».

5. Фирсова И.А. Организация работы с документами на уроках истории (на примере изучения темы «Великая Отечественная война») / И.А. Фирсова, М.Г. Якунчева, В.В. Бегеева, К.Р. МаксUTOва // Гуманитарные науки и образование. – 2019. – Т. 10. – 3 (39). – С. 117–122.
6. Черкасов А.С. Методы и приемы работы с историческими источниками и исторической картой при изучении темы «Великая Отечественная война 1941–1945» / А.С. Черкасов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2020. – № 6–1(45). – С. 206–209.

## РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ В XVIII-НАЧАЛЕ XX-ГО ВЕКОВ

*Румянцев Алексей Владимирович*

*студент,*

*Санкт-Петербургский медицинский колледж —  
структурное подразделение ПГУПС,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

Высшее образование — относительно недавний феномен российской истории. На протяжении длительно времени в России существовали лишь духовные высшие учебные заведения. Созданная усилиями энтузиастов в конце 17 века Славяно-Греко-Латинская академия не являлось в полном смысле этого слова университетом. В 18 веке высшее образование стало частью государственной политики модернизации страны. Новые высшие учебные заведения создавались государством и ему же подчинялись. Впрочем, единой системы образования, в том числе и высшего, еще не было. А в самих немногочисленных университетах лекции читались главным образом на немецком языке. Лишь в начале 19 века началось создание системы высшего университетского образования. Высшим учебным заведениям «классического» типа предоставили автономию. Параллельно развивалась вызванная к жизни потребностями науки и техники система высшего «реального» образования. Без преувеличения можно сказать что сам фактор наличия высшего образования стал одним из ключевых в истории России 19 века.

В начале 18 века высшего образования в России фактически не существовало. Единственным учебным заведением, подходящим под критерии «высшего учебного» в то время, была так называемая Славяно-Греко-Латинская Академия, существующая с 1687 года и получившая статус государственного высшего учебного заведения в ходе реформ Петра Первого в 1710 году. Преимущественно академия готовила переводчиков, работников типографий (справщиков), священнослужителей, высших государственных руководителей и дипломатов, преподавателей и профессоров, причем не только для России, но и для других славянских стран. Учебный план академии уходил корнями в Средние века и был основан на так называемых «семи свободных искусствах» — риторике, грамматике, логике и др. Значительное внимание уделялось изучению древнегреческого и латинского языков (на них даже велись занятия). Срок обучения составлял 12 лет [Зуев М.Н. История России/Учебник для ВУЗов, Приор: М., 1997. с. 342-343].

На присоединенных в ходе завоеваний 18 века территориях тоже имелись университеты, однако после вхождения в состав России они либо закрывались как Дерптский университет, либо существовали в крайне тяжелом положении как Виленский. К тому же преподавание в них велось на иностранных, (чаще всего на немецком) языках.

Существовали духовные высшие учебные заведения, ярким примером которых была знаменитая Киево-Могилянская академия. Однако они готовили в основном будущих священников.

В 1724 году в составе Академии наук России был основан университет, в литературе обычно именующийся Академическим университетом. Его деятельность проходила с огромными трудностями. В первую очередь не было отечественных научных и педагогических кадров. Профессоров приходилось приглашать из зарубежных стран. К тому же имелось крайне малое число студентов, в 1726 году — 8 человек при 11 профессорах. В 1733 году число студентов возросло до 38, но все равно было крайне недостаточным. Занятия велись без четких учебных планов, в зависимости от наличия специалистов по тем или иным дисциплинам, часто прерывались. Затрудняло дело и чтение лекций исключительно на латинском и немецком языках. Занятия велись по трем отделениям — классам — математическом, физическом и «гуманиорном». Последний всплеск активности Академического университета был связан с деятельностью Ломоносова, бывшего его ректором в 1758-1765 годах. После этого университет фактически прекращает свое существование в 1767 году.

В 1755 году был основан Московский университет. В 18 веке он состоял из трех факультетов — философского, юридического и медицинского. Как и его предшественник, Московский университет не был университетом в западном смысле этого слова — саморегулирующейся общественной научной корпорацией — а являлся частью государственного аппарата. Его профессора состояли на государственной службе и являлись по своему статусу чиновниками. Университет подчинялся напрямую Сенату и имел не ректора, а директора и назначаемого Сенатом куратора. Впрочем, эти обстоятельства облегчали финансирование университета. В дальнейшем финансовое обеспечение организации университетов будет переложено в основном на плечи общества. При Московском университете издавались ряд газет, самой известной из которых были «Московские ведомости». Принципиально новым явлением стало создание при университете научных обществ, первое из которых, Вольное российское собрание, возникло в 1771 году. В 1782 году открыто Дружеское ученое общество, поставившее своей целью распространение просвещения по России. Таким образом университет принял на себя не только научные, но и социальные функции «Кацва Л.А. История России с древнейших времен до середины 19 века» [М.: АСТ, 1999, с. 284-285].

### Список литературы:

1. Днепров Эдуард Дмитриевич. Женское образование в России: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 050701.65(033400) - "Педагогика" / Э.Д. Днепров, Р.Ф. Усачева. -Москва: Дрофа, 2009. [-285, [1] с.]
2. Зуев М.Н. История России: Учеб. для вузов / Зуев М.Н. -М.: ПРИОР, 1998. [-687 с.]
3. Изуткин Д.А. История высшего медицинского образования в России: лекции для студентов / Д.А. Изуткин, Ю.А. Тамарин, И.А. Камаев ; под общ. ред. В.В. Шкарина. – Н. Новгород: НижГМА, 1997. [- 60 с.]
4. История государства и права России С.Г. Кара-Мурза, В.М. Курицын, С.А. Чибиряев, «Былина», М. 2001 г.
5. Кацва Леонид Александрович. История России с древнейших времен до середины XIX века: [- М. : АСТ, 1999. -318 с.]
6. К истории создания в России Высшего Политехнического образования / В.Б. Рыбьев, Т.Ю. Полянская, Л.В. Кондюрина, М. 1997 «Просвещение».
7. Яковкина Наталья Ивановна. История русской культуры. XIX век: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. "Культурология" / Н.И. Яковкина. - СПб. : Лань, 2000. [- 573, 2 с].

## ПЕЧАТЬ И ЦЕНзуРА В РОССИИ В НАЧАЛЕ 1900-Х ГОДОВ

*Синь Цзянхао*

*студент,*

*Санкт-Петербургский государственный университет,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

Начало XX в. ознаменовалось бурным развитием капитализма в стране. Этот процесс коснулся и журналистики как сферы вложения капитала для производства и прибыльной реализации уникального информационного товара. Технический прогресс в области печатной техники (линотип, ротационные машины и др.), технологий передачи информации (телефон, телеграф) резко повысили производительность труда в печатном деле в целом и в производстве периодических изданий, в частности. В связи с этим развитие прессы проходило крайне бурно, однако имело свои особенности. Им посвящена эта статья.

К 1900 г. в российской журналистике толстый ежемесячный журнал энциклопедического или общественно-литературного типа, доминировавший в XIX в., уступал место более оперативной газете [1].

Статус печати в эти годы определялся Уставом о цензуре, основанным на «Временных правилах о печати» 1865 г. Вся периодическая печать была поделена на «бесцензурные» издания (выходившие без предварительной цензуры), к числу которых относились столичные газеты и журналы, заявившие о своем желании и внесшие залог; и «подцензурные» (с предварительной цензурой), включавшие в себя всю частную провинциальную прессу [2].

В Уставе, имевшем 302 статьи, были сформулированы основные правила и определены конкретные меры и способы борьбы с произведениями, предназначенными для публичного распространения и направленными против абсолютизма, православной религии и официальной морали.

Все десятое отделение первой главы Устава (ст. 142—156) было посвящено статьям «О мерах против распространения произведений печати, обнаруживающих вредное направление, и об административных взысканиях» [2]. К числу таких мер относились; предостережения (не больше трех), временная приостановка органа, выходящего без предварительной цензуры; немедленная приостановка (арест) издания и возбуждение против него судебного преследования и другие меры, вплоть до изъятия воспрещенного к выпуску органа, судебного преследования и прекращения его издания комитетом четырех министров.

Царская бюрократия умело использовала и законы капиталистической конкуренции в сфере издания газет и журналов для экономического давления на неудобные ему органы печати. Запрещение розничной продажи и особенно запрещения печатать платные объявления (рекламу) и были мерами подобного рода. С помощью Устава, правительство регулировало как количественный рост изданий, так и их тематику. Для провинциальной печати были созданы особо тяжелые цензурные условия. До конца 1905 г. все принципиальные вопросы жизнедеятельности этой прессы (разрешение и запрещение изданий, утверждение программ газет, их редакторов и издателей, рассмотрение особо важных статей, контроль над содержанием и т. д.) решались в Петербурге Главным управлением по делам печати.

Ужесточение цензуры создавало атмосферу протеста в среде либеральных литераторов и журналистов. Особенно громко заговорили о свободе печати в дни празднования 200-летия русской журналистики в 1903 г. Многие ведущие издания 2—3 января поместили статьи, посвященные месту, роли и условиям существования прессы в обществе.

Ко второй половине 1904 г. наметились некоторые послабления в области печати. Князь П.Д. Святополк-Мирский, ставший в сентябре этого года во главе Министерства внутренних дел вместо убитого эсерами В.К. фон Плеве, пытался, как тогда говорили, заменить политику «волчьей пасти» политикой «лисьего хвоста», провозгласив «эпоху доверия». Встречи нового министра внутренних дел с редакторами и журналистами стали регулярными, и князь постоянно подчеркивал свое стремление дать большую свободу печати. В соответствии с указом царя,

Комитет министров на заседании 28 и 31 декабря решил отменить некоторые из действовавших постановлений о печати, предоставив министру внутренних дел право войти с этими вопросами в Государственный совет, а также «образовать особое совещание для пересмотра действующего цензурного законодательства и для составления нового устава о печати» [3].

В России в начале 1900-ых годов существовала система цензуры, которая ограничивала свободу слова и печати. Цензура ограничивала публикацию любых материалов, которые считались оскорбительными, нарушающими духовные ценности или угрожающими национальной безопасности. Журналисты и писатели часто боролись за то, чтобы обойти цензуру, используя каламбуры и символы, чтобы скрыть смысл своих текстов. В то же время цензура также ограничивала публикацию зарубежных изданий в России, что существенно ограничивало доступ к информации и новым идеям.

### **Список литературы:**

1. Ахмадулин Е.В., Овсеян Р.П. История отечественной журналистики XX века: учебник – Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2008.
2. Устав о цензуре и печати: (Св. зак. т. 14). - СПб.: Н.К. Мартынов, 1900. -302 с.
3. Сопова А.П. Газета "Право" и цензура в конце XIX - начале XX в // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2018. № 1.



## ИСТОРИЯ ДЕЛИЙСКОГО СУЛТАНАТА

**Ян Кэ**

*студент,*

*Санкт-Петербургский государственный университет,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

Распад государства Пратихаров на рубеже X–XI вв. совпал по времени с усилением натиска на Индию тюрок-мусульман, укрепившихся в Средней Азии, а затем в Афганистане и Иране. Начало этим набегам положил газневидский эмир Махмуд, который в первой четверти XI в. чуть ли не ежегодно совершал зимние набеги на Индию и с награбленным добром из сокровищниц раджей и храмов возвращался к себе в Газни. Вторжение сельджуков в восточные районы Арабского халифата привело к столкновению их с газневидскими эмирами, в результате чего активность Газни по отношению к Индии надолго прекратилась, пока в 70-е гг. XII в. власть в Газни не перешла к Гуридам. Один из них, Мухаммед Гури, вскоре овладел Пенджабом и затем, разгромив союзное войско раджпутских князей, приступил к захвату долины Джамны и Ганга. Его военачальник из рабов-гулямов Кутб ад-дин Айбек в 1206 г. объявил себя султаном индийских владений Гуридов, сделав столицей город Дели. Так было положено начало существованию Делийского султаната.

Айбек и его преемники, значительная часть которых принадлежала к числу гулямов, правили вплоть до 1290 г. (династия гулямов). За это время тюрки-мусульмане упрочили свою власть в султанате. Исламские воины получили условные владения в форме икта, а во главе администрации были поставлены наиболее грамотные и опытные в этом деле мусульмане из числа хорасанцев, в основном персы. Значительную часть индийских земель получили в форме вакуфов мусульманские духовники и мечети. Индийские раджи должны были подчиниться мусульманам, признать себя их вассалами и выплачивать им дань. Формы условного владения в княжествах тоже стали трансформироваться под воздействием исламских принципов землепользования. Вчерашние раджпутские воины в индийских княжествах, как и в землях султаната, превращались в иктадаров, обязанных служить вместе со своими раджами и военачальниками новым правителям [1].

В 1290 г. династия гулямов прекратилась. Уроженец тюркского племени хилджи Ала ад-дин Хилджи (1296–1316) сумел нанести решительное поражение монголам, которые на протяжении нескольких десятилетий стремились проникнуть в Индию, но так и не преуспели в этом. Покончив с угрозой монгольского нашествия, Ала ад-дин совершил ряд успешных походов на Декан и даже в Южную Индию, присоединив завоеванные им земли к султанату. По некоторым данным, эти походы принесли султану в качестве трофеев 20 тыс. лошадей, 312 слонов, 2750 фунтов золота и большое количество драгоценных камней.

Дабы укрепить центральную власть в созданной им империи, Ала ад-дин предпринял ряд важных реформ, суть которых сводилась к конфискации максимально возможного количества земель в фонд казны и попытке перевода армии, состоящей из воинов-иктадаров, на натуральное и денежное довольствие из казны. Для этого цены на продукты питания, прежде всего зерно, строго регламентировались. Торговцы были обязаны придерживаться этих цен под страхом суровых наказаний. Когда, несмотря на запреты, цены на рынках все же начинали расти, чиновники были обязаны выбрасывать на рынок зерно из казенных амбаров, куда оно загодя свозилось со всей Индии, для чего земельно-зерновой налог с общин был повышен до половины их урожая [2]. Все эти меры могли дать лишь временный результат, но зато вызвали недовольство и сопротивление со стороны различных слоев населения и вскоре после смерти Ала ад-дина были отменены.

В 1320 г. к власти в султанате пришел очередной выходец из гулямов, основавший династию Туглаков, правившую страной до 1414 г. Мухаммед Туглак (1325–1351) сумел на некоторое время восстановить распавшийся было после смерти Ала ад-дина султанат, но ненадолго.

Еще при его жизни страна вновь распалась, на сей раз окончательно. Сначала от султаната отпала Бенгалия (1339), а затем по частям и весь Декан. С трудом сохранялся контроль над Гуджаратом с его важными торговыми портами, но в 80-е гг. XIV в. от султаната отпал и он, да еще вместе с Мальвой. Окончательный удар по распавшейся стране был нанесен Тимуром, разграбившим в 1398 г. Дели и вырезавшим значительную часть его жителей (многие другие были вывезены им в Самарканд) [3].

Султаны династий Сайидов и Лоди, правившие Северной Индией в 1414–1526 гг., временами укрепляли свою власть и энергично преследовали противников, совершая даже походы на соседей, по большей части неудачные. Но в целом султанат переживал кризис, период упадка. Одна за другой от него откалывались окраины, порой крупные провинции, пока в 1526 г. последний из султанов не был разбит Бабуром, основавшим в Индии империю Великих Моголов.

Политическая история Делийского султаната по-своему весьма поучительна. В принципе основанная на исламе структура была объективно более сильной и жизнеспособной, чем существовавшие до нее государственные образования древней и средневековой эпох, включая и такие, как маурийская. Мусульманская структура, как не раз уже отмечалось, всегда и везде сильна прежде всего неразрывной слитностью в ней религиозного и политического начал, тогда как индийская структура именно в этом пункте была слабой. Религия в Индии как бы подчеркнута ставила себя вне политики, демонстрировала безразличие к власти.

Таким образом, с одной стороны, появление в Индии исламских государств и ислама как религии должно было резко изменить привычную для этой страны политическую ситуацию. В известной степени так оно и было. Однако с другой стороны, слабость исламской государственности в Индии заключалась в том, что пассивное сопротивление традиционного индийского общества, которое исламские завоеватели всеми силами старались, однако так и не сумели преодолеть, подрывало новую структуру изнутри, значительно ослабляя ее в те самые критические моменты, когда ей особенно необходима была поддержка снизу, когда она нуждалась в столь привычном для нее единстве перед лицом грозного врага или мощного соперника.

### **Список литературы:**

1. Алаев Л.Б. Средневековая Индия. — СПб.: Алетейя, 2003. — 304 с. — («Востоковедение: учебные пособия и материалы»). — ISBN 5-89329-590-0.
2. Босворт К.Э. Мусульманские династии. Справочник по хронологии и генеалогии. — М.: Главная редакция восточной литературы издательства «Наука», 1971. — С. 243—250.
3. Пачкалов А.В. Связи Золотой Орды с Индией и Китаем в свете монетных находок // Евразия. Этнокультурное взаимодействие и исторические судьбы. М., 2004. С. 204—206.

## РУБРИКА 12.

## ПОЛИТОЛОГИЯ

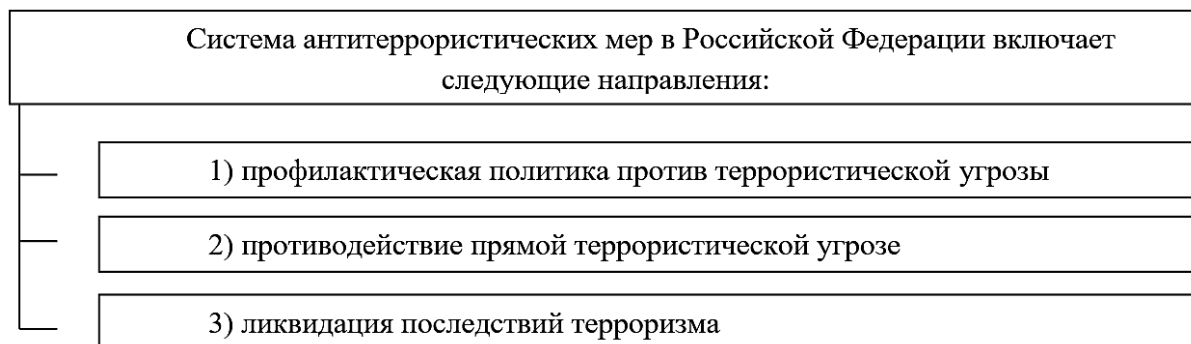
ТЕРРОРИЗМ КАК УГРОЗА НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ*Заярченко София Владимировна**студент,**Институт экономики и управления,**ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет**имени В.И. Вернадского»,**РФ, г. Симферополь**Ашикова Эвелина Ибрагимовна**научный руководитель,**доц. кафедры государственного и муниципального управления,**Институт экономики и управления,**ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет**имени В.И. Вернадского»,**РФ, г. Симферополь*

Терроризм относится к внутренним и внешним угрозам национальной безопасности России [1]. Экстремизм, также является большой угрозой национальной безопасности Российской Федерации. Потому что он деструктивно воздействует на все основные сферы жизнедеятельности страны и населения.

Сложившаяся в современном мире обстановка с проявлениями терроризма, даёт понять, что он является большой проблемой обеспечения безопасности страны, а также угрозой для всего мироустройства. Экстремисты на данный момент имеют весомое средство ведения войны с цивилизованными странами. Они стремятся к изменению цивилизации, используют силовую смену власти в ряде развивающихся стран. Их влияние возрастает и без объединения общих сил в борьбе с экстремизмом сегодня невозможно обойтись.

Исследования показывают, что меры, которые принимает государство в борьбе с террором, не имеют особого прогресса, они не позволяют достаточно эффективно ограничивать террористическую деятельность в рамках, влияющих на социальную и политическую обстановку [2].

Для сохранения и обеспечения национальной безопасности в России существует система антитеррористических мер, которая можно представить в схематическом виде:



Составлено автором на основе [1]:

Схема 1.

Данная система включает в себя, три основных направления, каждое из которых оказывает противодействие терроризму на разных этапах его проявления. Профилактическая политика, позволяет предотвратить и снизить риски терроризма. В случае уже имеющегося инцидента проводится противодействие прямой террористической угрозе. После чего идёт ликвидация последствий, которая призвана снизить риски появления повторного инцидента, ослабить поражения людей, оказать медицинскую и психологическую помощь, а также снизить материальные потери.

В настоящее время в России действует закон «О борьбе с терроризмом» [1]. Данный закон устанавливает все меры по борьбе с экстремистской деятельностью, а также определяет различные методы образования антитеррористических организаций и деятельность, направленную на противодействие террору.

В России имеется ряд субъектов, которые осуществляют антитеррористическую деятельность, к ним относятся следующие [3]:

- 1) Президент Российской Федерации;
- 2) государственные органы и органы местного самоуправления, которые дают все необходимые инструкции по предотвращению террористической угрозы;
- 3) Федеральное Собрание Российской Федерации, определяющее правовые меры против терроризма;
- 4) прокуратура Российской Федерации, которая контролирует деятельность должностных лиц, призванных к борьбе с терроризмом;
- 5) Правительство Российской Федерации, в частности, функционирует как организатор антитеррористической деятельности;
- б) федеральные органы исполнительной власти, выполняющие функцию борьбы с экстремизмом.

Существует так же экономический терроризм, он является одним из видов насильственных действий над обществом, преследуя цель его разрушения [4]. Принцип данного вида террористической деятельности, строится на способности к ухудшению или полному разрушению экономических связей, интересов бизнеса, а также экономической политики государства.

В современном мире, проблемы финансового и экономического терроризма уже нельзя полноценно разделить от информационных. Уже на сегодняшний день информационный терроризм определяет своей целью не только экономику государства, но и мира в целом. Его методы кардинально отличаются от традиционного, в их основе лежит цель широкомасштабного нарушения работы финансовых, а также коммуникационных сетей и систем, частичное разрушение экономической инфраструктуры [5].

Защита государства, его экономических основ от террора, является весьма дорогостоящим занятием. Государства всего мира продолжают увеличивать расходы на обеспечение собственной безопасности, что оказывает существенное влияние на их бюджеты.

Преступления, которые имеют террористическую направленность, подразумевают высокий уровень общественной опасности, являются угрозой для общественных отношений, находящихся под охраной государства.

Чтобы победить терроризм и избавиться от его негативного влияния на социальные группы, необходимо объединить все силы общества воедино. Главным в этом аспекте является проведение постоянной, последовательной работы по профилактике преступности в общем и целом, а также в среде молодого и подрастающего поколения.

Окончательно избавиться от данной проблемы, используя только силу, невозможно и это подтверждено исторической практикой. Силловые методы имеют эффективность, но они не приносят ожидаемого результата.

В полной мере избавиться от терроризма, возможно лишь искоренив его основную питательную среду, то есть повысить уровень жизни в экономически депрессивных, а также социально отстающих регионах государства, именно это должно стать одной из первостепенных задач в борьбе с проявлениями экстремизма и террора.

Таким образом, для предотвращения терроризма, необходимо консолидировать усилия всех правоохранительных органов, религиозных организаций, всех прогрессивных сил общества, а также стран мира. Только объединив и приложив общие усилия, человечеству удастся справиться с этой глобальной угрозой безопасности.

### Список литературы:

1. Федеральный закон "О противодействии терроризму" от 06.03.2006 N 35-ФЗ (последняя редакция) // ЭБС «КонсультантПлюс» URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58840/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58840/).
2. Асеев А.Г. Международный терроризм как угроза национальной безопасности Российской Федерации / А.Г. Асеев // Вестник Прикамского социального института. 2020. №2 (86). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnyy-terrorizm-kak-ugrozanatsionalnoy-bezopasnosti-rossiyskoj-federatsii> (дата обращения: 15.12.2022).
3. Бураева Л.А. Информационный терроризм как угроза национальной безопасности Российской Федерации / Л. А. Бураева // Пробелы в российском законодательстве. 2016. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnyy-terrorizm-kak-ugroza-natsionalnoy-bezopasnosti-rossiyskoj-federatsii> (дата обращения: 15.12.2022).
4. Камергоев Б.М. Понятие и виды преступлений террористического характера на современном этапе / Б.М. Камергоев // Проблемы экономики и юридической практики. 2018. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-i-vidy-prestupleniy-terroristicheskogo-haraktera-na-sovremennom-etape> (дата обращения: 15.12.2022).
5. Абисова К.С. Стратегическое планирование противодействия терроризму / К.С. Абисова // Вестник Волгоградской академии МВД России. 2022. №2 (61). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskoe-planirovanie-protivodeystviya-terrorizmu> (дата обращения: 15.12.2022).

## ОТНОШЕНИЯ РОССИИ СО СТРАНАМИ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ: ПРОБЛЕМА НАРКОТРАФИКА

*Се Юйхань*

*студент,*

*Санкт-Петербургский государственный университет,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

С точки зрения национальных интересов России, важным регионом на территории бывшего Союза ССР является Центральная Азия. Сегодня в этот регион включают Казахстан, Киргизию, Таджикистан, Туркменистан и Узбекистан. Значимость данного геополитического пространства для России определяется, на наш взгляд, несколькими обстоятельствами. Первое – наличие на территории Центральной Азии значительных запасов природных ресурсов. Большое внешнеполитическое и геоэкономическое значение для России имеет обеспечение контроля над основными маршрутами их транспортировки. Второе обстоятельство – соображения национальной безопасности, поскольку именно с юга исходят реальные, а не вымышленные угрозы для страны. Центрально-Азиатский район (ЦАР) для России является важным регионом в контексте обеспечения безопасности южных границ. Наконец, в ЦАР проживают этнические русские и русскоязычное население, защита интересов которых является одной из главных задач для России. Одной из проблем национальной безопасности является наркотрафик из Афганистана. Ему посвящена данная статья.

Проблема афганских наркотиков не может не вызывать озабоченности России. Специфика российской наркомании заключается в том, что почти 90 % наркозависимых и наркобольных «сидят» на афганском героине, который стал для России реальной угрозой для здоровья населения, серьезным фактором ухудшения демографической ситуации и ударом по генофонду нации. Объем социально-экономического ущерба от наркомании для России в совокупности достигает 2,5 % ВВП и составляет порядка 1,5 тлн руб.

Анализ оперативных и уголовных дел ФСКН РФ свидетельствует, что почти 95 % афганских наркотиков завозится в Россию через необорудованную российско-казахстанскую границу (7 тыс. км). При этом 60 % из них ввозится автомобильным транспортом под прикрытием сельхозпродукции из государств Центральной Азии, 35 % – железнодорожным и морским транспортом и 5 % – авиацией.

Фактором, превратившим Центральную Азию в крупную транзитную артерию по распространению наркотиков, является ее «выгодное» географическое положение. Центрально-азиатские государства расположены между крупнейшими мировыми производителями опиума и самыми прибыльными рынками в Западной Европе. Они граничат или находятся вблизи стран так называемого Золотого полумесяца (Афганистан, Пакистан и Иран), а через Китай имеют доступ к странам Золотого треугольника (Мьянма, Лаос, Таиланд), являющимся одними из мировых лидеров производства опиоидных наркотиков. Таджикистан, Туркменистан и Узбекистан имеют общие границы с Афганистаном (1206, 744 и 137 км соответственно), ставшим крупнейшим в мире производителем опиатов и героина.

Таким образом, количество наркотиков, производимых в непосредственной близости от границ стран ЦАР, представляет собой вызов, на который практически не в состоянии дать ответ ее новые и слабые государства.

В начале 1990-х гг. Россия провозгласила политику, которая получила название «политики двух рубежей», или «двойной границы», в соответствии с которой рубежи новых независимых государств (ННГ) рассматривались Российской Федерацией в качестве первой и фактически основной линии контроля. Учитывая неспособность некоторых государств ближнего зарубежья обеспечить охрану своих государственных границ собственными ресурсами, Россия заключила двусторонние договоры и соглашения об охране границы с правительствами Туркмении, Таджикистана и Киргизии.

Единственным препятствием для дальнейшего роста наркографика из Афганистана были российские пограничники, которые постоянно задерживали партии наркотиков на таджикско-афганской границе. Так, в 1994 г. было задержано 260 кг опиума, в 1995 г. - 1759 кг, в 1996 г. - 2000 кг. Всего за 1993-1998 гг. изъято более 13,5 т наркотических средств. Только в 2000 г. несущие службу в Таджикистане российские пограничники задержали 3130 кг переправляемых из Афганистана наркотических веществ, из которых героин составил 801 кг. В 2001 г. удалось перехватить уже около 5,5 т наркотиков, причем доля героина достигла половины.

В соответствии с подписанными в ходе официального визита В.В. Путина в Таджикистан соглашениями летом 2005 г. проведена передача российскими пограничниками функций по охране афганского участка границы Комитету по охране госграницы при Правительстве Таджикистана. Торжественная церемония передачи прошла в Душанбе 19 октября 2005 г.

По экспертным оценкам ООН общий объем доходов от афганского наркопроизводства и трафика героина по «северному» маршруту (через Россию) составляет порядка 17 млрд долл., абсолютная часть которых поступает в распоряжение транснациональной преступности и организаций террористического толка, дислоцированных в регионе Ферганской долины («Исламское движение Узбекистана», «Хизб-у-Тахрир» – террористические группировки, деятельность которых запрещена в России, прим. ред).

Таким образом, проблема наркотрафика является одной из причин повышенного внимания России к безопасности грани как со странами Центральной Азии, так и безопасность границ этих стран. Этот вопрос является важным фактором отношений со странами Центральной Азии, а в некоторых случаях, например, с Таджикистаном, определяющим.

#### **Список литературы:**

1. Мухаметов Р.С. Центральная Азия во внешней политике России / Р.С. Мухаметов // Изв. Урал. гос. ун-та. 2010. № 3. (Сер. 3. Общественные науки ; Вып. 80).
2. Парамонов В.В. Россия и Китай в Центральной Азии: политика, экономика, безопасность / В.В. Парамонов, А.В. Строков, О.А. Столповский. Бишкек, 2008.
3. Центральная Азия сегодня : вызовы и угрозы / под общ. ред. К.Л. Сыроежкина. Алматы : КИСИ при Президенте РК, 2011.



## РУБРИКА 13. СОЦИОЛОГИЯ

### СОЦИАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ: ФОРМЫ И СПОСОБЫ РЕАЛИЗАЦИИ

*Анисимова Вероника Сергеевна*

*студент,  
Институт общественных наук и массовых коммуникаций,  
Белгородский государственный университет,  
РФ, г. Белгород*

*Хашаева Светлана Владимировна*

*научный руководитель, канд. социол. наук, доц. кафедры  
«Социологии и организации работы с молодежью»,  
Белгородский государственный университет,  
РФ, г. Белгород*

#### АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматривается особая социально-демографическая группа - «молодежь», ее активность в современном обществе и интересы. Также изучаются формы и способы реализации современной молодежи. Особое внимание уделяется популярным у молодежи способам самореализации и саморазвития, возможностям проявить себя и получить уважение со стороны общества.

#### ABSTRACT

This article examines a special socio-demographic group - "youth", its activity in modern society and interests. The forms and ways of realization of modern youth are also studied. Special attention is paid to popular ways of self-realization and self-development among young people, opportunities to express themselves and gain respect from society.

**Ключевые слова:** социальная активность, волонтерство, молодежь, деятельность.

**Keywords:** social activity, volunteering, youth, activity.

Социальная активность – это совокупность форм деятельности, ориентированной на решение задач, стоящих перед социальной группой, классом, обществом в данный исторический период.

Социальная активность – это понятие, отображающее характер функционирования индивидов и социальных групп в обществе. Она напрямую связана с познанием, целеполаганием, изменением действительности, с превращением интереса в действие. Социальная активность определена деятельной природой человека и направлена на устранение несоответствия между условиями бытия и потребностями субъекта.

Социальная активность является важнейшим условием развития производства, научно-технического прогресса, улучшения общественных отношений, совершенствования самого человека. Динамика социальной активности определяет развитие и поощрение лучших качеств и черт человека. При этом социальная активность индивида связана с его внутренней мотивацией, потребностями, идеалами, ведущей деятельностью.

Исследователи рассматривают социальную активность с двух точек зрения: в контексте социальной нестабильности и протестных настроений; в контексте поиска новых форм общественного устройства.

Считается, что социальная активность индивида предполагает потребность в стремлении жизнь лучше посредством осмысления себя, своих жизненных ценностей и происходящего в мире. Это называется критическое отношение к действительности.

Существуют определенные механизмы формирования социальной активности молодежи. Рассмотрим один из ключевых – акции. Молодежь стремится самостоятельно решать общественные проблемы, делать это с интересом и новым, «свежим» взглядом. Именно поэтому внимание необходимо уделять полезной деятельности, которая смогла бы заинтересовать молодежь и направить в нужное русло. Выделяют несколько направлений акций в молодежной среде:

- спортивные;
- политические;
- благотворительные;
- добровольческие;
- экологические.

При использовании данных акций применяется следующий механизм формирования социальной активности: привлечение к решению конкретной проблемы, актуальной для молодого гражданина и для общества, убеждение в том, что каждый должен помогать стране, стремление вызвать личный интерес человека, поручение задания, которое бы молодой человек хотел выполнить – это может быть управление, контроль, ораторские выступления и т. д. Обязательным условием является контроль.

Молодежь находит привлекательным участие в подобной деятельности. Они чувствуют приобщенность себя к окружающему миру, вносят изменения и выражают свою точку зрения. Основная составляющая данного поведения – целеполагание. Именно оно является мощным стимулом к действию и саморазвитию. Зачастую сфера деятельности (активности) не имеет ключевой роли.

Еще один существенный элемент системы повышения социальной активности молодежи – вовлечение в целенаправленную социально-полезную деятельность. Молодые люди будут ощущать свою приобщенность к делу и видеть положительный результат своих усилий. Эффективность процесса воспитания социальной активной молодежи заключается в рассмотрении молодежи как потенциальных участников социально-значимой группы. Это достигается именно привлечением молодых людей в деятельность или присоединением к уже активному процессу.

При формировании и развитии социальной активности также существуют проблемы. На протяжении многих лет исследуются проблемы формирования и развития социальной активности современной российской молодежи, однако складывающиеся представления об активной личности на разных этапах времени в корне отличались. Это необходимо для определения направленности, форм и механизмом социальной активности молодежи.

Вторая не менее значимая проблема заключается в незаинтересованности молодежи; она не в полной мере заинтересована в социальной активности. Большая часть молодого поколения не находит для себя привлекательным участие в осуществлении общественных преобразований, не принимает участие в различного рода движениях, социальных и экологических проектах. Вероятно, это связано с личностными характеристиками и внутренним желанием.

Хочется отметить еще одну проблему в развитии социальной активности. Это отсутствие поддержки социально активной молодежи со стороны государства даже несмотря на осуществления финансирования во многих сферах общественной деятельности, в том числе волонтерскую. Самая распространенная финансовая поддержка выражается в виде выплат и надбавок к стипендиям студентам, выплат премий за особые успехи и получение грантов на развитие проектов. Государство должно быть заинтересовано в активной деятельности молодого поколения, ведь именно оно способствует реформированию общественного устройства.

Из всего вышесказанного следует вывод, что отправной точкой повышения уровня социальной активности служит осознание молодежью необходимости участия в общественной деятельности на благо государства, понимание своей сопричастности к ответственности

за социальное развитие общества. Участие в общественном объединении способствует накоплению у молодых людей конструктивных и организаторских навыков и умений, наличие которых играет существенную роль для включения молодежи в различные социальные практики.

Одним из способов участия в общественном объединении является участие молодежи в волонтерской деятельности. Именно молодые люди являются движущей силой волонтерства, поскольку они неравнодушно подходят к различным социально-значимым проблемам человечества.

Участие молодежи в волонтерских движениях способствует развитию у них таких качеств как коммуникабельность, доброта, милосердие, трудолюбие.

Социальная активность молодежи хорошо прослеживается и через работу с пожилыми людьми. Молодые люди вовлекаются в работу с данной категорией граждан через реализацию различных программ, которые нацелены на формирование социальной активности пожилых людей.

Следует отметить важность политической активности молодежи. Развитие политической активности является составляющей социальной активности. Положение молодежи в политической жизни общества состоит в их включенности в структуры власти. Реализация политических интересов молодежи зависит от того насколько они включаются в структуру власти и какую позицию там занимают.

Можно отметить, направления развития социальной активности современной молодежи достаточно неоднородны по содержанию и многочисленны. Участвуя в волонтерской деятельности или в работе с пожилыми людьми, молодежь получает возможность проявить свои способности, попробовать себя в новом деле, почувствовать социальную значимость, улучшить коммуникативные навыки и развить личностные ориентиры. Участие в общественных организациях позволяет получить огромный опыт, а также дает возможность раскрыть свой внутренний потенциал и выявить ранее скрытые возможности.

Поскольку молодежь наиболее динамичная группа населения, необходимо способствовать их включенности в жизнь общества и давать возможность проявлять свою социальную активность в различных сферах жизни.

### **Список литературы:**

1. Богачев А.А. Волонтерство как форма социальной активности молодежи/ А.А. Богачев // Социальная активность молодежи как условие развития современно общества : сборник научных трудов по итогам Всероссийских социально-педагогических чтений им. Б.И. Лившица, 2 – 3 февраля 2010 г. / Урал.гос. пед. ун-т, Екатеринбург. – в 2-х ч. : Ч. 2. – С. 63.
2. Иваненков С.П., Кострикин А.В. Проблемы исследования социальной активности молодежи / Теоретический журнал CREDO NEW, 2009.
3. Ковалева А.И., Луков В.А. Социология молодежи: Теоретические вопросы. – М.: Социум, 1999. – 351 с.
4. Купрейченко А.Б. Проблема определения и оценки социальной активности // Психология индивидуальности. Материалы IV Всероссийской научной конференции. М.: Логос, 2012. С. 332 – 333.

## ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДОВОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ ГРАЖДАН ПОЖИЛОГО ВОЗРАСТА В ЦЗН

*Шайхуллина Регина Владимировна*

*студент,  
ФГБОУ ВО «Башкирский государственный педагогический университет  
им. М. Акмуллы»,  
РФ, г. Уфа*

*Фазлыева Айгуль Фаритовна*

*научный руководитель, канд. пед. наук, доц.,  
ФГБОУ ВО «Башкирский государственный педагогический университет  
им. М. Акмуллы»,  
РФ, г. Уфа*

Безработица – это одна из глобальных социально-экономических проблем современности, решение которой становится тем более острой и актуальной в меняющихся современных социально-экономических условиях жизни российского общества, бросающих вызовы в связи с цифровизацией экономики, роботизацией, автоматизацией, могущих повлечь массовую безработицу.

Процесс старения населения мира характеризуется стремительными и постоянно ускоряющимися темпами. Общее число людей в возрасте 60 лет и старше возросло с 400 млн. в 1982 году до 600 млн. в 2001 году и, согласно оценкам, должно достичь 1,2 млрд. в 2025 году, когда свыше 70% пожилых людей будут проживать в странах, которые в настоящее время относятся к числу развивающихся. Число людей в возрасте 80 лет и старше возросло и продолжает возрастать ещё больше значительными темпами - с 13 млн. в 1950 году до более чем 50 млн. на сегодняшний день, при этом ожидается рост до 137 млн. в 2025 году. Численность этой группы населения увеличивается самыми быстрыми темпами: по прогнозам, с 1950 по 2025 год она возрастет в десять раз, в то время как численность возрастной группы от 60 лет и старше – в шесть раз, а населения в целом - немногим более чем в три раза.

Эти цифры свидетельствуют о так называемой «тихой революции», которая будет иметь далеко идущие и непредсказуемые последствия, и которая уже затрагивает социальные и экономические структуры как на мировом, так и на национальном уровне, и в ещё большей степени будет влиять на них в будущем.

Лица пожилого возраста не имеют полноценной возможности что-либо производить, однако они являются потребителями и их благосостояние по большей части зависит от социальной поддержки государством. Но, зачастую, размеров социальных пособий лицам пожилого возраста не хватает для нормального существования, поэтому они вынуждены искать дополнительные средства, путем устройства на работу. И, как уже было сказано, число лиц пожилого возраста неуклонно растет, поэтому актуальность темы трудоустройства лиц пожилого возраста не оставляет сомнений.

В субъектах Российской Федерации действуют органы службы занятости, подчиненные органам власти данных субъектов. Отметим, что безработицу устранить полностью нельзя, но можно уменьшить ее процент. Общая взаимосвязь этих служб будет взаимовыгодна как для учебных учреждений и кадровых агентств, так и для муниципального Центра занятости.

Центр занятости принимает на себя денежные обязательства в пределах утвержденных ему лимитов бюджетных обязательств в соответствии с Бюджетным кодексом Российской Федерации. Предметом его деятельности является реализация полномочий в области содействия занятости населения на территории путем предоставления гражданам и работодателям государственных услуг, а также реализация переданного полномочия Российской Федерации по осуществлению социальных выплат, в том числе пособий по безработице, гражданам, признанным в установленном порядке безработными. На отделы, расположенные в муниципальных

образованиях, возложены функции, связанные с работой непосредственно с гражданами: регистрация безработных, поиск свободных рабочих мест, переобучение и выбор курсов, а также учебных программ. Чтобы избежать серьезных последствий безработицы, необходимо осуществлять эффективную работу по регулированию уровня безработицы на территории страны. Для этого необходимо проводить эффективную политику занятости, использовать различные меры по переподготовке и переквалификации специалистов, проводить курсы, семинары, предоставлять студентам возможность прохождения необходимой стажировки после учебы, оказывать помощь в поиске подходящих рабочих мест и прочее.

В сферу деятельности Роструда входят функции по надзору в сфере трудовой деятельности, альтернативной гражданской службы, контроль за соблюдением законодательства, содержащего нормы трудового права, урегулирование споров между работодателями и работниками, помощь населению в трудоустройстве. Для выполнения последней задачи на всей территории Российской Федерации создана сеть центров занятости. Для решения проблемы трудоустройства на уровне муниципального взаимодействия важную роль играют кадровые агентства в мероприятиях, проводимых Центрами занятости: ярмарках вакансий, ежемесячных собраниях с работниками кадровых служб. Также необходимо увеличить взаимодействие между учебными заведениями, центрами занятости, кадровыми службами и фирмами.

Таким образом, с проблемой безработицы необходимо бороться различными способами: её необходимо глубоко исследовать, проводить всесторонний теоретический анализ и вырабатывать практические рекомендации по обеспечению занятости трудоспособного населения, ведь, богатство любой страны – её трудовые ресурсы.

Для закрепления лиц подошедших к порогу пенсионного возраста на рабочих местах на более длительный срок некоторые компании используют методы, позволяющие улучшить условия труда. В промышленности особое внимание обращается на эргономику, для того чтобы приспособить рабочие места, рабочий процесс и режим работы к возможностям работников пожилого возраста.

Одной из наиболее действенных мер по решению проблем занятости и трудоустройства лиц пожилого возраста должна стать Государственная политика в области занятости.

Политика занятости – это совокупность мер прямого и косвенного воздействия на социально-экономическое развитие общества и каждого его члена.

Она имеет несколько уровней: общегосударственный, региональный и локальный. В настоящее время можно выделить три основные модели политики занятости, используемые в странах с развитой рыночной экономикой.

Европейская модель предполагает сокращение числа занятых при повышении производительности труда и, как следствие, рост доходов работающих; такая политика предполагает дорогостоящую систему пособий для большого количества безработных.

Скандинавская модель основывается на обеспечении занятости практически всем трудящимся путем создания рабочих мест в государственном секторе со средними условиями оплаты труда, Такая политика рассчитана в основном на государственные средства, при дефиците которых наступает спад производства, что влечет за собой увольнения.

Американская модель ориентируется на создание рабочих мест, не требующих высокой производительности, для значительной части экономически активного населения, При этом безработица формально уменьшается, но увеличивается количество людей с низкими доходами.

Использование той или иной модели влияет на политику занятости как на макро, так и на микроуровне. На макроуровне новые подходы в политике занятости способствуют повышению гибкости рынка труда, уменьшения расходов на рабочую силу, ведут к некоторому свертыванию социальных программ. Однако расширяются системы подготовки и переподготовки кадров, создаются дополнительные рабочие места, ожесточаются условия выдачи пособий. Применяются меры по усилению роли частного сектора в решении проблем занятости, других социальных проблем. На микроуровне проводится политика сдерживания роста заработной платы, удлинения продолжительности рабочей недели, более широко используются различные формы неполной занятости.

## ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ПАРАДИГМЫ Р.К. МЕРТОНА

*Яруллин Руслан Фаридович*

*студент,*

*Казанского (Приволжского) федерального университета,  
РФ, г. Казань*

Роберт Кинг Мертон (1910 – 2003) является одним из наиболее значимых социологов XX века. Его работы оказали серьезное влияние на методологию социологического исследования, особенно это касается структурно-функционального анализа. В рамках теории среднего уровня – ограниченного множества утверждений, из которых логически выводятся и подтверждаются экспериментальным исследованием конкретные гипотезы, он разработал собственный структурно-функциональный подход.

При разработке данного подхода, его основной целью была кодификация наиболее существенных теорий и процедур качественного анализа в социологии. Под кодификацией он понимал упорядоченную и сжатую классификацию плодотворных процедур исследования и существенных открытий, сделанных благодаря их применению. Опровергнув ложные постулаты функционального анализа, Мертон выдвигает его главную теорему: точно так же, как один и тот же элемент может иметь многочисленные функции, так и одну и ту же функцию могут разнообразно выполнять альтернативные элементы.

Первая и главная цель — это дать предварительный кодифицированный ориентир для адекватного и плодотворного функционального анализа. Тем самым, очевидно, предполагается, что парадигма содержит минимальный набор понятий, которыми должен оперировать социолог, чтобы провести адекватный функциональный анализ, и, как следствие, что ее можно сразу же использовать как ориентир для критического изучения существующих видов анализа. Таким образом, она предназначена служить в качестве чрезвычайно компактного и сжатого руководства для постановки эмпирических исследований в функциональном анализе и в качестве средства для точного определения вкладов и недостатков предыдущих исследований.

Основные положения:

1. Предмет анализа должен представлять собой стандартизированный (т.е. шаблонный или повторяющийся) объект.

2. Субъективные мотивы и цели объекта не всегда совпадают с его объективными функциями. Так как функции — это наблюдаемые объективные последствия, способствующие адаптации или приспособлению системы.

3. Объект может иметь как функциональные, так и дисфункциональные последствия. Дисфункции – это наблюдаемые последствия, которые уменьшают адаптацию и регулировку системы. Также объект может иметь как явные, так и латентные функции. Явные функции – это те объективные результаты, способствующие регулировке или адаптации системы, которые планируют или осознают участники данной системы. Латентные функции, соответственно, те, которые они не планируют и не осознают.

4. Указать круг единиц, для которых объект имеет определенное значение. Так как изучаемый элемент для одних групп может иметь функциональное значение, для других – дисфункциональное.

5. Установить функциональные требования (потребности, необходимых предварительных условий). Как универсальные, так и специфические. Что требуется для установления обоснованности такой переменной, как «функциональное требование», в ситуациях, где строгий эксперимент неосуществим?

6. Определить социальные механизмы, благодаря которым выполняются функции. Каким набором социальных механизмов мы располагаем в настоящий момент? Соответствует ли он набору, скажем, психологических механизмов? Какие методологические проблемы связаны с выяснением действия этих механизмов?

7. Найти функциональные альтернативы объекту, если они имеются.

8. Установить структурный контекст, то есть, определить границу специфики структуры. Круг различных структур, которые могут выполнять определенные функции в социальной структуре, не безграничен (и это не раз отмечалось в предыдущем изложении). Взаимозависимость элементов социальной структуры ограничивает реальную возможность изменений или функциональных альтернатив.

9. Понятие дисфункции, подразумевающее понятие напряжения, стресса и напряженности, обеспечивает аналитический подход к изучению динамики и изменения. Каким образом наблюдаемые дисфункции включены в конкретную структуру, не вызывая нестабильности? Вызывает ли накопление стрессов и напряжений такого рода перемены, которые могли бы свести их на нет?

10. Проблемы обоснования функционального анализа. Необходима строгая формулировка социологических методик анализа, которые наиболее подходят логике проведения эксперимента. Для этого требуется систематический обзор возможностей и ограниченности сравнительного (межкультурного и межгруппового) анализа.

11. Проблема идеологического значения функционального анализа. Как обнаруживается идеологическая окраска функционального анализа и в какой степени конкретная идеология вытекает из основных предположений, принятых социологом? Связан ли круг этих предположений со статусом и исследовательской ролью социолога?

### **Список литературы:**

1. Мертон Р.К. Социальная теория и социальная структура / Пер. с англ. Е.Н. Егоровой, и др.; науч. ред. З.В. Коганова. — М.: АСТ, Хранитель, 2006. — 873 с.
2. Мертон Р.К. Явные и латентные функции / Под ред. В.И. Добренкова. — М., 1996.
3. Мертон Р.К. Фрагменты из воспоминаний // Социологические исследования. — 1992. — № 10. — С. 128—133.
4. Сорокин П.А., Мертон Р.К. Социальное время: опыт методологического и функционального анализа // Социологические исследования. — 2004. — № 6. — С. 112—119.

**РУБРИКА 14.****ФИЛОСОФИЯ****АНАЛИЗ ЦИТАТЫ ИЗ КНИГИ ФРИДРИХА НИЦШЕ  
«ТАК ГОВОРИЛ ЗАРАТУСТРА»*****Белова Наталья Александровна****студент,  
Ковровской государственной технологической академии  
имени В.А. Дегтярева,  
РФ, г. Ковров****Потапова Виктория Андреевна****студент,  
Ковровской государственной технологической академии  
имени В.А. Дегтярева,  
РФ, г. Ковров*

Кто такой Ницше?

Фридрих Ницше родился 15 октября 1844 г. в семье пастора. Несмотря на раннюю смерть отца (1848), глубоко поразившую мальчика, он получил хорошее воспитание с очень сильной религиозной составляющей. В детстве, восхищаясь музыкой или пением хора, он мечтательно созерцал излюбленные сюжеты, воображал пение ангелов. Но не только евангельские сюжеты, а и учение оказало на него большое влияние: такие понятия, как целомудрие, чистота, сострадание сильно трогали его сердце.

Основными понятиями собственной философии Ницше стали рессентимент, сверхчеловек, вечное возвращение. Рассмотрим их по отдельности.

*Рессентимент* – это скрытая ненависть, которую слабые питают к сильным. Ницше сам считал себя «сильным» человеком, хотя в минуты уныния нередко сомневался в этом. «Слабые» неспособны по-настоящему творить, поскольку их главная цель – выживание. По мнению Ницше, в рессентименте заключается сущность христианства. «Это ненависть к уму, гордости, мужеству, свободе... к радостям чувств, к радости вообще».

*Сверхчеловек* – предельное развитие идеи Ницше о «сильном» человеке. Это его мечта, которая не могла воплотиться в действительность. Противоположность сверхчеловеку – «последний человек», воплощением которого философ считал современное ему общество. Главная беда «последнего человека» заключается в его неспособности презирать самого себя. Поэтому он не может и превзойти себя. Это предел развития «слабого». Неспособный творить, он отвергает всякое творчество за ненужностью, и живет лишь для удовольствия. Никого не умея ненавидеть по-настоящему, он готов истребить всякого, кто попытается возмутить спокойствие и безопасность его жизни. В «последнем человеке» без труда узнается тот бытовой идеал, который навязывается людям XXI века. Для Ницше, который верил в эволюцию, такое человечество оказывается ее тупиковой ветвью. По его мысли, сверхчеловек должен будет отделиться от «последних людей», как личность от безличной массы. Может быть, он вступит с ними в борьбу, а может быть, будет повелевать ими. Но каковы качества сверхчеловека? – Это остается не вполне понятным.

*Вечное возвращение* – миропорядок, в соответствии с которым все, что происходило в мире, без конца и без начала повторяется в нем. Эта идея, схожая с воззрением индийского брахманизма и других языческих философий, пришла в голову Ницше до того, как он оформил учение о сверхчеловеке. Но ее влияние было глубже и продолжительнее. Смысл ее сам автор



считал жестоким и безжалостным: *пусть всякий будет готов бесконечное число раз прожить одну и ту же жизнь*. Перед ним вставал трудный вопрос: может ли человек изменить эту жизнь? А если не может, тогда «возвращение» поистине ужасно. В том то и дело, что *не может*. Ницше был свидетелем собственной слабости; он чувствовал, как при болезни и бессилии в нем самом непреодолимо растет ощущение рессентимента. И если человек не может изменить что-либо, он может лишь «запретить» себе те состояния, в которые готова погрузиться его личность. Значит, победа над самим собой заключается в готовности принять жизнь такую, как она есть.

**«Человек- это канат, натянутый между животным и сверхчеловеком, – канат над пропастью»**

Эта цитата взята как раз из книги «Как говорил Заратустра» и как нам кажется является отражением теории Ницше о сверхчеловеке.

В данном высказывании прослеживается теория Дарвина: Человек произошел от животного, но если он между, значит от человека должен произойти сверхчеловек

Отличительными чертами сверхчеловека являются: наличие чистого сознания (не ограничен законами и ограничениями, потому что сам способен контролировать свою деятельность); отсутствие нравственных религиозных политических этических идеалов (потому что сверхчеловек должен сам являться идеалом для самого себя); воля к власти как воля к жизни (охотное стремление быть выше других и самого себя); неимеет конечной цели развития (понимает бесконечность всего); реализация всех способностей (развитие самого себя во всем на что способен).

Человечество, в согласии с теорией Дарвина, оказывается само лишь промежуточным видом: ему, в ходе естественного отбора, предстоит еще стать сверхчеловечеством. Отсюда видно, как несправедливо называть Ницше гуманистом. По его убеждению, человек есть лишь то, что должно быть преодолено.

Человек может превзойти даже богов, ибо все боги выдуманы людьми. Он может достичь гораздо более величественной реальности, чем его вымыслы – в этом его высота.

Заратустра говорит: "Но любой высоте сопутствует пропасть. И в тот момент, когда вы начинаете подниматься, вы рискуете". Высота не страшна. Быть может, подниматься и тяжело, но это не ужасно. Ужасна пропасть рядом. Один-единственный неверный шаг, всего лишь мгновение несознательности, и вы можете упасть; вы можете пасть ниже животных.

"Вы только мосты: да пройдут по ним высшие на ту сторону! Вы – всего лишь ступени: так не гневайтесь же на того, кто поднимается по этим ступеням на свою высоту!" – Заратустра.

В действительности, он говорит об их собственном высшем "я". Он говорит: "Ты только мост. Ты должен быть пройден. Ты должен остаться позади; тот, кто пройдет по тебе, будет почти незнаком тебе, хотя он скрывался внутри тебя". Но вы никогда не бывали в этом внутреннем пространстве своего бытия. Вы не знакомы с самими собой. Вы не знаете даже своего адреса: кто вы, где вы?»

### **Список литературы:**

1. Ницше Ф. Так говорил Заратустра, пер. с нем. - Ю.Антоновский, СПб: Азбука-классика, 2004.

## ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОЗНАНИЕ: ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ И СМЫСЛ СУЩЕСТВОВАНИЯ ПОНЯТИЯ

*Казина Мария Игоревна*

*студент,*

*Сибирский государственный университет науки и технологий  
имени академика М.Ф. Решетнева,*

*РФ, г. Красноярск*

## ENVIRONMENTAL CONSCIOUSNESS: HISTORY OF DEVELOPMENT AND MEANING OF EXISTENCE OF THE CONCEPT

*Mariia Kazina*

*Student,*

*Reshetnev Siberian State University of Science and Technology,*

*Russia, Krasnoyarsk*

### АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматривается история возникновения понятия «экологическое сознание» и смысл его существования для человечества и экологии в современном мире.

### ABSTRACT

This article discusses the history of the concept of «ecological consciousness» and the meaning of its existence for humanity and ecology in the modern world.

**Ключевые слова:** сознание, экологическое сознание, природные ресурсы, философия, экология.

**Keywords:** consciousness, ecological consciousness, natural resources, philosophy, ecology.

Удивительно, но все, что человек видит и слышит, мгновенно связывается с тем, что он чувствует, о чем думает и что переживает. Отвечает за весь этот процесс понятие «сознание». Данный термин является довольно трудным для определения, ведь это слово применяется в обширном спектре областей и включает в себя не только восприятие окружающего мира, но и воображение, и мысли о нем.

В своем самом раннем употреблении в 1500-х годах английское слово «сознательный» сохранило смысл латинского *consciūsus*, что в переносном смысле означало «знать, что кто-то знает». Кембриджский словарь определяет сознание как «состояние понимания и осознания чего-либо» [1]. Рассмотрение вопроса о том, что же это такое и зачем существует это понятие, является предметом исследований психологии, нейробиологии, философии сознания и даже сфер, изучающих искусственный интеллект.

В общем смысле сознание может обозначать противоположность сну, то есть состояние бодрствования и ответную реакцию человека на происходящие в окружающем мире события. Можно сказать, что сознание является внутренним миром человека, проявляется отдельно от всего существующего и является процессом, помогающим отделить самого себя от окружающего мира и посмотреть на него со стороны.

Как же такое глубоко философическое понятие внедрилось в сферу экологических проблем? Этот вопрос является основным в написании данной статьи.

Чтобы подойти к этому вопросу со стороны истории, стоит вспомнить о том, что в 1886 году немецким биологом Эрнстом Геккелем в науку было введено понятие «экология». Данная наука, если выделить суть, изучает взаимосвязи между живыми организмами и окружающей средой. Формирование экологического сознания основывается на восприятии человеком оценки состояния окружающей среды и результатов влияния на природу человечества в целом.

Если сформировать понятие экологического сознания, то можно сказать, что это особая форма сознания, при которой человек начинает отождествлять себя с окружающей природой и признает взаимное влияние [2].

Экологическое сознание содержит не только знания о состоянии и изменениях в природе, но и понимание возможных путей и способов решения экологических проблем. Экологическое сознание не ограничивается критикой экологической ситуации. Оно предполагает не только знания о состоянии общества и природы, но и осознание необходимости предотвращения дальнейшего нарушения экологического равновесия в природе с целью сохранения природных компонентов жизни человека [3].

Развитие экологического сознания – дело не только высокопоставленных личностей и профессионалов, но и более обширных масс людей, как возможность осуществлять своевременную и эффективную охрану и повышение качества природных ресурсов.

Ввиду того, что охрана и восстановление окружающей среды возможны только при привлечении многих людей разного возраста, то экологическое сознание должно формироваться во всех категориях населения. Оно должно пробуждать мысль о потребности в сохранении экологического равновесия окружающей среды и четко отображать нежелательность его нарушения.

Несомненно, многие действия человека продиктованы добрыми побуждениями. Но часто нам просто не хватает знаний об окружающей среде, чтобы точно предвидеть последствия своих действий. В результате природе наносится немалый вред.

Значительную роль в экологической осознанности могут играть современные средства массовой информации, в частности, телевидение и интернет, как самые распространенные. С помощью данных средств возможно распространение различных обучающих и подталкивающих к размышлению материалов среди различных возрастов населения.

Из изложенных выше фактов, следует вывод, что в современном мире экологическое сознание крайне нуждается в направленности не только на уменьшение негативного воздействия человека на окружающий мир, но и на улучшение общего состояния природной среды. Данное понятие имеет особенность постоянного своего формирования в зависимости от экологической обстановки в мире и является крайне необходимым для понимания каждым жителем нашей планеты.

### **Список литературы:**

1. D. Jones, P. Roach Cambridge Dictionary. Cambridge: University Press of English, 2019. – 122 с.
2. Бганба В.Р., Социальная экология. М. : Высшая школа, 2015. – 209 с.
3. Маркович Д.Ж. Социальная экология: Учебное пособие – М. : Изд-во МГСУ «Союз», 2010. – 339 с.

**РУБРИКА 15.****ЭТНОГРАФИЯ****В ПРОШЛОМ НАШЕ БУДУЩЕЕ**

*Яударов Шамиль Сайд-Магомедович*

*студент*

*Грозненского государственного нефтяного технического университета  
имени академика М.Д. Миллионщикова,  
РФ, г. Грозный*

**АННОТАЦИЯ**

В данной работе рассматривается важность изучения собственной истории для дальнейшего эффективного развития будущего поколения и успешной идентификации, продуктивной социализации и выстраивания плодотворных взаимоотношений как между поколениями, так и межличностными. В частности, автор рассказывает о своем исследовании происхождения тейпа Алларой, знаменитых сельчан и различных важных особенностях, влияющих на формирование и развитие личности молодого поколения.

**Ключевые слова:** прошлое, будущее, история, тейп, Алларой; развитие, современное поколение, мудрость, народ.

Жизнь в современном времени имеет свои особенности. Каждый день пролетает как один миг. И с возрастом дни мелькают, словно кадры из старой киноплёнки перед глазами. Время бежит вперед и люди все чаще задумываются о будущем: что ждет их впереди? Что уготовано их потомству? Каждый человек рано или поздно задумывается о своем предназначении на земле. Различные ученые сходятся во мнении, что знать историю своего происхождения и принадлежности необходимо. Ученые-персонологи всегда подчеркивали важность принадлежности к определенному роду и его истории в развитии личности. В старые времена люди знали своих предков, очень почитали и хранили память о них, даже не зная для чего они это делают, а ведь это обеспечивало удовлетворение в потребности принадлежности. Люди передавали из поколения в поколение свои знания, которые молодое потомство могло использовать в своей жизни, учиться на историях и приданиях своего рода. Сохранение народной мудрости из века в век – имеет большое значение для развития общества и сбережения духовно-нравственного облика народа. В условиях современного времени людям некогда поговорить со стариками, выслушать их рассказы. Современное поколение считает, что практически все сведения можно найти в сети интернет. Из-за этого новшества современной цивилизации утрачивается связь со старшим поколением, которая так важна для равновесия, а особенно для молодого поколения. Поэтому мы решили хоть немного повлиять на сложившуюся ситуацию. И начать решили с себя. Чеченское общество состоит примерно из 135 тейпов (тейп — это общественная организация, род, племя, община и т. д.). О каждом тейпе известно не так много. Поэтому наше исследование тейпа Алларой будет актуальным для всех неравнодушных и интересующихся историей вайнахского народа.

Исследование о происхождении нашего тейпа мы решили начать не с просторов интернета, а с разговора со старшими родового села Алларой, а затем изучить материалы из интернета и имеющейся литературы.

Оказывается, Алларой – один из крупнейших чеченских тейпов, входящий в тукхум нохчамакхой. В основном расселены в Курчалоевском, Шалинском и Ножай-Юртовском районах Чеченской республики.

Основателем тейпа Алларой был Нашхоевец, которого звали Алл, он жил в конце XV и в первой половине XVI века. Время было сложное, Чечня оправлялась от тяжелейшего разгрома, понесённого после нашествия орд хромого-Тимура. Уходя Тимур оставил здесь своих союзников, Кабардинских князей, Тарковских шамхалов, Ногайских мурз, Джайских ханов. Вскоре Чеченцы увеличились, и стали нападать на вассалов Тимура, одним предводителем отряда Нашхоевцев и был Алл. Он прославился своей неумеренной храбростью, он держал в страхе целые укрепления Кабардинцев, в то время очень многочисленных. Алл происходил из знатной Нашхоевской фамилии, которая владела в ауле Моцкар, по другим сведениям, в ауле Тийст целыми башенными комплексами, у Алла из предания было 2 башни (б1овнаш), видимо одна была жилая, где он жил. Это было время реконкисты (отвоёвывание своих земель), основной поток шел на восток. По решению Мехк-кьхелла, испытанные воины отправлялись в опустошенный Чебарлой, Нохч-мохк, в Пана-мохк (Аух). На этих землях оставались остатки Чеченцев, которые уцелели после нашествия Тимура, это Нарт-Орстхой (Арцхой) в Чеберлое и в Нохч-мохке, Овхой в Пана-мохке. По решению Мехк-кьхелла Алл выселился в Нохч-мохк со своей многочисленной семьей, произошло это ориентировочно 470—480 лет назад. Здесь Алл основал аул Аллара, от своего имени, и выходцы из этого аула именуют себя 1 алларой (Аллерой). Все составляющие группы аллероевцев, имеют только Чеченское происхождение, и считаются чистокровными в Чечне.

Старшие говорят, что у нашего тейпа много знаменитых людей, которыми мы гордимся и помним. Базуркаев С-Э.М. в своей книге написал про многих из них. Сам автор так же является представителем тейпа Алларой и выходцем из родового села Аллерой. Например, в его книге «Аларойн-эвлара хьалхара хьажой» автор описывает небольшие истории о самом селе Аллерой, чем оно знаменито, его достопримечательности и о жителях, представителях тейпа Алларой. Из книги я узнал, что есть известный исторический факт о том, что в 1908 г., в апреле месяце, из Аллероя 40 мужчин и одна женщина отправились пешком в Мекку, святую для мусульман землю. Предводителем этой экспедиции был Ибрагим, сын Абдулкедара, который считался мудрейшим. Но не все благополучно вернулись из этого благородного путешествия. Один из мужчин группы по дороге домой, в Иордании умер. Там его и похоронили. В 2008 году исполнилось 100 лет со дня этого паломничества, что было отмечено в центральной мечети Аллероя. На стене мечети запечатлены 66 имен ранних паломников, ходивших в Мекку пешком.

Во времена Великой Отечественной Войны отличился своей храбростью, доблестью и мужеством командир эскадрона Висаитов Мовлид Аллероевич, который так же является представителем тейпа Алларой. В г. Грозный установлен памятник герою СССР Висаитову М.А. Во всемирной паутине интернета очень много информации о нем. Разные интересные факты. Один из них мне особенно запомнился: как-то раз Мовлид сидел у костра со своими сослуживцами, которые рассуждали о войне и о наградах, которые, по их мнению, давались не по заслугам, а по привилегиям. Тогда Висаитов, который молча, слушал их, достал свой наградной пистолет, вынул из него патроны и бросил их в костер. Его собеседники быстро стали отходить от костра, а когда начали взрываться патроны они стали падать на землю прятаться в укрытиях. Только Мовлид остался на своем месте не шелохнувшись. Когда патроны перестали взрываться, он сказал, что так и было на войне!

На 79-ом году жизни ушел из жизни известный чеченский ученый, человек с большой буквы, внесший неопределимый вклад в развитие чеченского языка, – Ибрагим Юнусович Алироев.

Жизненный путь ученого был труден и тернист. Он один из первых возвратился после депортации чеченского народа в Грозный. Свою преподавательскую деятельность Ибрагим Юнусович начал в 1958 году в Грозненском педагогическом институте на кафедре иностранных языков. Но отсутствие своих кадров, владеющих чеченским и ингушским языками, привело правительство к необходимости открыть при Грозненском пед. институте при историко-филологическом факультете национальное отделение по специальности «чеченский язык и литература» и «ингушский язык и литература». Один из первых, как истинный патриот своего народа, на этот призыв откликнулся Ибрагим Алироев. В 1962 году Ибрагим Алироев успешно защищает кандидатскую диссертацию на тему «Кистинский диалект чеченского языка». Его назначают заместителем декана историко-филологического факультета, а затем и деканом.

Всю свою жизнь Алироев Ибрагим Юнусович посвятил науке. Он автор учебника синтаксиса для средних школ. В 1968 году он начал работу над докторской диссертацией. Ибрагим Юнусович Алироев - автор большого словаря, не имеющего аналогов, – «Сравнительная лексика языков и диалектов вайнахских языков». В 1972 г. он защищает докторскую диссертацию по теме: «Сравнительно-сопоставительная отраслевая лексика в вайнахских языках». Защита проходит в Институте языкознания Академии Наук Грузинской ССР. В 1973 г. получает звание профессора.

Им на основе своих многолетних исследований изданы многочисленные научные труды, посвященные культуре, обычаям и традициям чеченского народа. В 90-х годах в Академии наук при институте этимологии и антропологии Ибрагим Юнусович Алироев защищает докторскую диссертацию по культуре чеченцев и ингушей, ему присваивается степень доктора исторических наук. В эти же годы он избирается членом-корреспондентом Академии естественных наук РФ, а затем академиком. Член-корреспондент АН ЧР. Долгое время он работает в Москве ведущим научным сотрудником института языкознания РАН.

Ибрагим Юнусович Алироев всю жизнь способствовал развитию научных кадров Чечни, его труды – это неоценимый вклад в научную копилку нашей родины – России.

Родина достойно и заслуженно оценила его труды. Ибрагим Юнусович Алироев – доктор филологических наук, доктор исторических наук, профессор. Заслуженный деятель науки РСФСР. Академик АН РФ «Рыцарь науки и искусства».

Ибрагим Юнусович Алироев прожил яркую, полную напряженной научной работы, жизнь. Его научные исследования навсегда вписаны в историю отечественной науки. Депутаты Парламента ЧР, вся научная общественность республики, его коллеги и ученики, все, кто знал и общался с ним, выражают искреннее соболезнование родным и близким Ибрагима Юнусовича Алироева.

Дала геч Дойла цунна.

Абзат-Хаджи (1830/40 — 1924 г., родился в с. Аллерой Курчалоевского района) – шейх, принадлежал накшбандийскому тарикуту и был мюридом Гази-Хаджи Зандакского. Право проповедовать этот тарикут ему достался от Мата-Хаджи из Аллероя, к нему оно перешло от Гази-Хаджи. Среди своих он известен как Абст-Хаджи или Аза-Хаджи. Несколько лет жил в с. Мескеты и был здесь местным имамом. Соратниками Абст-Хаджи были Сугаип-Мулла из с. Шали, Янгульби-Хаджи из Курчалоя, Юсуп-Хаджи Кошкельдинский, Али Митаев, сын Баматгири-Хаджи и другие. Абст-Хаджи два раза совершил паломничество в Мекку (последний раз – в 1908 г.) Он скончался в 1924 г., похоронен в Аллерое, здесь же, спустя год после смерти ему воздвигли над могилой Абзат-Хаджи зиярт. Рядом с ним похоронены два его сына – Халад и Махарби-Хаджи, люди, очень уважаемые своими односельчанами.

Известных представителей тейпа Алларой много и в современном времени. Очень многие представители исполнительной власти, различных ведомств и организаций являются выходцами из села Аллерой и представителями тейпа Алларой.

Богатая история каждого тейпа сможет повлиять на отношение к жизни современной молодежи. Учиться на истории – это правильно, а учиться на своей истории – лучше всего. Помнить и знать свои истоки очень важно и является экзистенциальной потребностью человека. Все ученые -психологи едины во мнении, что человек, который знает и чтит своих предков, а так же передает эти знания другим-достойный сын своего отечества!

### Список литературы:

1. Базуркаева С-Э. М. «Аларойн-эвлара хьалхара хьажой»
2. Электронный ресурс: <https://vesti095.ru/2015/01/80-letie-akademika-ibragima-aliroeva/>
3. Электронный ресурс: <https://nohchalla.com/tejp-i-tukhum/602-%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D1%80%D0%BE%D0%B9>

## РУБРИКА 16.

### МЕНЕДЖМЕНТ

#### ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДАЖ КОМПАНИЙ

*Гороховский Евгений Юрьевич*

*студент,*

*кафедры «Менеджмент организации»*

*Факультета Международного промышленного менеджмента и коммуникации,*

*Балтийского государственного технического университета «Военмех»*

*им. Д.Ф. Устинова»,*

*РФ, г. Санкт-Петербург*

Актуальность научного исследования обусловлена необходимостью поиска путей и решений при повышении эффективности системы управления конкурентоспособности продаж современных компаний. От конкурентоспособности продаж зависит финансовая устойчивость и экономическая безопасность бизнеса.

По этой причине, целью статьи выступают определены основных путей и решений при повышении конкурентоспособности продаж компании.

В современных условиях наличие актуальных проблем и трудностей в управлении продажами компании влияют на их конкурентоспособность, что сокращает потенциал увеличения выручки и доходов, а также финансового результата бизнес-деятельности.

Чтобы обеспечить достижение поставленных целей при управлении конкурентоспособности продаж компании необходимо внедрение программ лояльности, которые укрепляют взаимоотношения с клиентами, делая их более устойчивыми и постоянными. Компания способна удержать своих потребителей, что значительно сокращает расходы на привлечение и сбыт продукции.

Эффективность применения системы лояльности в управлении конкурентоспособности продаж заключается в создании привязки клиентов к организации. Устанавливаются прочные связи, которые стимулируют приобретать продукцию именно у данной компании, а не у ближайших конкурентов. При этом, программа лояльности не просто преподносит бонусы и подарки своим клиентам. Организация собирает важную о своих потребителях информацию, которая в дальнейшем может использоваться при построении более точной модели маркетингового продвижения и рекламы с целью попадания в наиболее целевую аудиторию.

Наиболее частым механизмом системы лояльности у компаний является скидочная программа, которая не слишком затратная для бизнеса, но при этом простая для ее клиентов. Чем больший объем продукции (товаров и услуг) будет приобретено, тем выше уровень скидки на каждую следующую покупку. Однако есть значительный минус – это частое использование скидочной системы многими организациями. Поэтому удивить таким инструментом не всегда удается [3].

В связи с этим, в современности все чаще применяется индивидуальный подход к обслуживанию и взаимодействию с каждым клиентом. Какую программу лояльности выбрать, организация ориентируется исходя из личных пожеланий, материальных возможностей и конечных задач внедрения. Данный подход к построению системы лояльности укрепляет взаимоотношения с постоянными клиентами, делая их прочными, что в дальнейшем увеличивает конкурентоспособность продаж.

Также в современных условиях становится крайне актуальным применением цифровых технологий, что позволяет повысить эффективность процессов продаж. Современные условия формируют тренд применения новейших технологий, к которым относятся CRM-системы.

Это цифровые программы по управлению взаимоотношениями с клиентами организации. Их практическое применение происходит в целях ведения учета всех сделок, запланированных встреч, писем и звонков, чтобы провести автоматизацию процессов работы отдела продаж.

Каждая программа CRM-системы основана на понимании того, что ключевым элементом бизнес-деятельности любой компании является клиент, удовлетворение потребностей и интересов которого обеспечивают эффективное развитие бизнеса, принося прибыль. С помощью данной технологии проводится автоматизация процессов управления взаимоотношениями с клиентами, систематизируется информация, база данных которых удобным образом применяется в рамках продаж и продвижения продукции предприятия на рынках, что в конечном итоге улучшает имидж организации в восприятии потребителя.

На сегодняшний день, практическое применение CRM-систем становится все более популярным в управлении конкурентоспособности продаж. Исследования Salesap позволили определить следующие тенденции распространения и развития CRM-систем в экономике России [2]:

- 65% компаний внедряют CRM-системы в течение первых пяти лет своего функционирования;
- 23% компаний внедряют CRM-системы после 3-5 лет своей работы;
- 20% компаний внедряют CRM-системы в течение первых двух лет своего существования;
- 6% компаний не уверены в необходимости использования CRM-системы.

CRM-системы помогают определить предпочтения клиентов. Согласно исследованиям Capterra, компании, которые используют CRM-системы при организации и построении маркетинговой стратегии, отмечают увеличение удержания клиентов и повышение удовлетворенности на 47%. Ведь основными задачами практики использования CRM-систем в управлении продажами предприятий выступают [1]:

1. Консолидация данных клиентов. Обеспечивается сбор всех данных о потенциальных клиентах и покупателях компании.
2. Отслеживание взаимодействий и активности. Обеспечивается сбор и отслеживание информации о всех коммуникационных связях компании со своими клиентами, без привязки к определенному каналу связи внешней коммуникации.
3. Определение уровня производительности и продуктивности работы отдела маркетинга и продаж в компании. Проводится оценка информации и статистики, которая позволяет сформировать и получить подробные отчеты о эффективности взаимодействиями организации с клиентами.
4. Автоматизация бизнес-процессов маркетинговой деятельности. Проводится автоматизация маркетинга и процессов продаж, что выступает главной основой эффективности практического применения CRM-системы.

Также с целью повышения управления конкурентоспособности продаж компании можно рекомендовать следующие методы и подходы:

1. Предоставление целевой аудитории информации в целях рекламы, которая будет доказывать то, что продукт компании полезен и помогает людям в решении их проблем.
2. Соблюдение принципов открытости и прозрачности перед клиентами в работе с их возражениями.
3. Необходимо разработать «план отношений» между покупателями и продавцом и соблюдать его регламент.
4. Проводить запрос к клиентам при получении обратной связи, учет информации по которой позволяет совершенствовать продукцию и обслуживание.
5. Рекомендуется превосходить первоначальные ожидания потребителей.

Таким образом, формирование конкурентоспособности продаж компании ответственно за достижение финансовых целей в развитии бизнеса. В современных условиях актуальным является использование цифровых технологий, программ и Интернет-пространства при обеспечении эффективного взаимодействия компании с потребителями, что позволяет сформировать конкурентоспособные процессы продаж и сбытовой политики.



**Список литературы:**

1. Паркаев П.С., Сафронова М.С., Никифоров М.С., Заречнев А.А., Ильинова Ю.М. Роль CRM-систем в условиях цифровой экономики // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Т. 10. № 9-1. С. 88-94.
2. Salesap. Какие бывают CRM-системы: классификация CRM и тенденции рынка. URL: <https://salesap.ru/vidy-crm-sistem/> (дата обращения: 18.01.2023).
3. Александрова Е.П., Барлыбаев У.А. Управление продажами как фактор повышения конкурентоспособности организации на примере ООО «Криптолинк» // В сборнике: Стратегии развития современной науки. Сборник научных статей. Научный редактор М.В. Веденькина. Москва, 2020. С. 109-111.

## МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

*Кадочникова Анастасия Валерьевна*

*студент,*

*Томский государственный университет,*

*РФ, г. Томск*

Эффективная мотивация персонала является одним из наиболее значимых факторов конкурентоспособности современных организаций. Организации стремятся к максимально эффективному использованию ресурсов, а, поскольку, в настоящее время концепция о том, что важнейшим ресурсом предприятия является его персонал, стала общепринятой, то в свете этой концепции особое значение приобретает оптимизация управления человеческими ресурсами.

Одной из важнейших характеристик человеческого капитала является его мотивация к трудовой деятельности. Именно поэтому управление этим показателем играет ключевую роль в управлении персоналом, поскольку принято считать, что существует прямая зависимость между мотивацией персонала и эффективностью выполнения трудовых задач. В последнее время особенно усилилось внимание к проблеме мотивации как функции управления, с помощью которой руководство современной организации побуждает своих сотрудников работать наиболее эффективно, обеспечивая производственный процесс в соответствии с поставленными задачами [3, с. 204].

Мотивация активизирует и побуждает персонал эффективно работать для достижения поставленных целей. Добивается успеха только тот лидер, который признает людей главным источником для развития организации. Задача мотивации в практике управления состоит в том, чтобы побудить людей выполнять работу максимально эффективно в соответствии с делегированными им правами; и обязанностями. Мотивация в организации играет важную роль и является основным носителем интересов сотрудников.

В качестве стимулов могут выступать отдельные предметы, действия других людей и многие другие ценности, которые могут быть предложены сотруднику в качестве компенсации за его возросшие умственные или физические усилия.

Мотивация играет важную роль в производительности труда, в эффективности деятельности организации. Знание структуры и иерархии мотивов различных категорий сотрудников позволяет избежать многих управленческих ошибок и создать соответствующие условия для реализации творческого потенциала каждого участника производственного процесса.

Существенным недостатком российских предприятий является недооценка потенциала и интеллектуальных ресурсов людей, работающих в организациях. Ведь человеческий потенциал для предприятия - это главное конкурентное преимущество. В современном мире необходимо, чтобы весь персонал организации действовал как сплоченная команда с четким видением будущего, ведь хорошо обученные, мотивированные и организованные сотрудники определяют судьбу компании.

Проблемы построения системы мотивации и стимулирования труда являются одним из наиболее актуальных вопросов в современной организации, поскольку вопрос о наиболее эффективных механизмах мотивации и стимулирования сотрудников организаций в различных сферах деятельности остается нерешенным [1, с. 512]. Система мотивации сотрудников современных компаний представляет собой организованный руководством предприятия процесс для создания всех необходимых условий и мотивов, которые могут оказать какое-либо воздействие на поведение человека в определенную сторону, регулирует производительность и интенсивность трудового процесса, который проявляется в повышении добросовестности, настойчивости, старательности всего персонала в достижении целей организации [2, с. 224]. В то же время теоретические аспекты построения мотивационных механизмов, адекватных российской специфике, нуждаются в дальнейшей разработке.

**Список литературы:**

1. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. – СПб.: Питер, 2018. – 512 с.
2. Пономарев И.П. Мотивация работой в организации; Эдиториал УРСС. – М., 2019. – 224 с.
3. Родионова Е.А. Мотивация и стимулирование персонала в организации: Учебное пособие. – СПб.: Издательство СПбГУ, 2018.
4. Шапиро С.А. Мотивация и стимулирование персонала. – М.: ГроссМедиа, 2020. – 204 с.

**ТОВАРНАЯ СТРАТЕГИЯ ФИРМЫ. ТОВАРНЫЙ ЗНАК.  
(НА ПРИМЕРЕ ООО «VOLKSWAGEN ГРУП РУС»)**

**Муродова Сурайё Абдулложоновна**

*студент инженерно-технологического института  
Калужского государственного университета им. К.Э. Циолковского,  
РФ, г. Калуга*

**Чаусов Николай Юрьевич**

*научный руководитель, зав. кафедрой,  
Калужского государственного университета им. К.Э. Циолковского,  
РФ, г. Калуга*

**THE COMPANY'S PRODUCT STRATEGY. TRADEMARK.  
(ON THE EXAMPLE OF VOLKSWAGEN GROUP RUS LLC)**

**Surayo Murodova**

*Student of Engineering and Technology Institute  
Kaluga State University. K.E. Tsiolkovsky,  
Russia, Kaluga*

**Nikolai Chausov**

*Scientific supervisor, head of the department,  
Kaluga State University K.E. Tsiolkovsky,  
Russia, Kaluga*

**АННОТАЦИЯ**

Товарная стратегия вместе с прочими ресурсами представляет из себя результативный инструмент в конкурентной борьбе. В настоящее время товарная стратегия способствует продвижению широкого списка товаров, работ и услуг. Благодаря современным способам продвижения потребитель узнаёт о том какие товары или услуги предлагаются в определенной организации. Зачастую именно благодаря грамотно подобранной товарной стратегии потребители выбирают конкретную организацию для удовлетворения собственных запросов и потребностей.

Коммуникационные возможности товарной стратегии дают возможность донести информацию до потребителей и содержат представление о продукции, а также провести презентацию непосредственного продукта потребителю. Таким образом, изучение темы товарной стратегии как инструмента продвижения товарного знака в настоящее время является актуальной и востребованной.

Исследование содержит анализ теоретических и практических основ применения товарной стратегии фирмы. Изучены понятия товарной политики и товарного знака. Также, более подробно рассмотрена реализация товарной стратегии на примере ООО «Volkswagen Групп Рус», изучены основные экономические показатели работы данной организации.

**ABSTRACT**

The product strategy, together with other resources, is an effective tool in the competitive struggle. Currently, the product strategy promotes a wide range of goods, works and services. Thanks to modern methods of promotion, the consumer learns about what goods or services are offered in a particular organization. It is often thanks to a well-chosen product strategy that consumers choose a specific organization to meet their own requests and needs.

The communication capabilities of the product strategy make it possible to convey information to consumers and contain an idea of the product, as well as to make a presentation of the direct product to the consumer. Thus, the study of the topic of commodity strategy as a tool for promoting a trademark is currently relevant and in demand.

The study contains an analysis of the theoretical and practical foundations of the application of the company's product strategy. The concepts of commodity policy and trademark are studied. Also, the implementation of the product strategy is considered in more detail on the example of Volkswagen Group Rus LLC, the main economic indicators of this organization are studied.

**Ключевые слова:** товарный знак, товарная стратегия, бренд, продвижение, анализ, исследование, динамика, группы товаров.

**Keywords:** trademark, product strategy, brand, promotion, analysis, research, dynamics, product groups.

Товарная стратегия представляет одно из наиболее значимых направлений, которое присутствует в работе любой организации. При этом одна из главнейших причин убыточной работы организации – неподобающее внимание к организации товарной стратегии и прочим маркетинговым коммуникациям. Товарная стратегия – это одно из приоритетных и сложных направлений в современных стратегиях развития организации. Как демонстрируют практика, на сегодня имидж организации определяют, как одно из ведущих обстоятельств, которое способствует поражению или победе в бизнесе и работе. Вопросами организации товарной стратегии необходимо заниматься не только крупным предприятиям, а также и небольшим компаниям. Как для масштабных корпораций, так и для небольших организаций очень важно создать качественное представление. Образованное в первые месяцы работы компании представление формирует имидж на длительную перспективу.

Продвижение товарного знака также очень важно. В этом процессе кроме продвижения, также важно зарегистрировать его. Товарный знак является законодательно охраняемым ресурсом. Владелец товарного знака застрахован от местного применения собственного продукта, либо услуги. Товарный знак предполагает представление конкретного продукта или услуги, а также все знания и ожидания потребителей, что возникают в сознании. Сила воздействия товарного знака ориентируется не только качеством его основы, а также действиями владельца по управлению и продвижению. Вопрос того как сделать товарный знак успешным, продвинуть организацию решает наука брендинга, которая представляет умение образования и продвижения для формирования долгосрочного предпочтения.

Брендовое продвижение включает функционирование комплекса отраслей знаний психологии, журналистики, лингвистики, литературы, маркетинга и прочего. Соответственно, образование и продвижение бренда необходимо рассматривать, как составляющую коммуникативной структуры в общей маркетинговой системе. Разные составляющие в этой системе, виды и объекты деятельности тесно взаимосвязаны, что приводит их в единое целое, даёт возможность синхронной работы. При качественной организации бренд эффективно и быстро даёт возможность бесперебойно реализовывать предлагаемые товары и услуги.

Эффективность брендинга находится в зависимости от того насколько тесно отношения сформированы между потребителем и брендом. Положительной взаимосвязи между потребителем и брендом можно достичь при помощи последовательности, представленной на рисунке 1.



**Рисунок 1. Схема взаимосвязи между брендом и потребителем [5, с. 98]**

Для того чтобы товарный знак работал результативно, необходимо разработать товарную стратегию. Она даст возможность понизить риски, связанные с моментом недопонимания клиентов и увеличить результативность основной деятельности. Качественно сформированный товарный знак представляет из себя механизм, который работает на привлечение внимания клиентов и поддержание благоприятного имиджа товара или услуги.

Выявление услуг и товаров, которые необходимы потребителю, а также определение конкретного товарного знака представляет из себя процесс активного взаимоотношения потребителей и бренда. Результативность этого процесса зависит от качества взаимоотношения проработки информации касательно получения информации о качестве услуга или продукта. В подобном взаимодействии образуются отношения между товарным знаком и потребителями, которые зависят от представлений клиентов, их ожиданий. В ходе продвижения товарного знака формы взаимоотношений взаимосвязаны, например, от того насколько результативно образована товарная стратегия находится в зависимости процесс взаимодействия, от него же зависит полноценность и результативность работы всего бренда [2, с. 64].

В ходе продвижения товарного знака, также необходимо выделять текущий и личностный вектора в деятельности организации, а также относительно потребителей. При проработке ценностных ориентаций следует выделять направления деятельности организации, где можно их наиболее полно выразить, например, здоровье, досуг, автомобильная отрасль. Такой подход к делу даст возможность построить товарную модель, способствующую формированию взаимоотношений торгового знака и потребителей в выгодном ключе. Потребительские эмоции, которые может вызвать товарный знак как правило выражают процесс отношений между брендом и клиентом, а также итоги информации о товарах и услугах. На основании приведенной информации можно определить конкретный классификатор эмоций потребителя (представлены в таблице 1).

Таблица 1.

### Эмоции и реакция потребителя на сообщения о товарном знаке [3, с. 78]

Эмоция	Адаптивные действия
Принятие	Сообщение соответствует интересам покупателя
Отвращение	Отторжение конкретного товарного знака
Гнев	Информация о товарном знаке не удовлетворяет потребностям клиентов
Страх	Защитная реакция на угрозы
Радость	Принятие и удержание информации о товарном знаке
Любознательство или надежда	Неопределённая потребительская активность, которая требует дополнительного изучения

Приведённые в таблице 1 направления позволяют построить эмоциональное взаимодействие, зависящее от состояния, ожидания, принятия удовлетворения и прочих эмоций потребителей. Потребности потребителей многообразны, однако, для каждой личности есть конкретная структура, содержащая первостепенные и вторичные, осознанные и неосознанные потребности. В осознанных потребностях потребители выделяют конкретный торговый знак и понимают, что конкретно им нужно. Руководствуясь не осознанными потребностями, потребитель чувствует, что ему что-то не хватает и есть желание приобрести конкретный товар, либо услугу. Товарный знак при грамотной торговой стратегии положительно затрагивает чувства потребителей, усиливает их эмоции. Соответственно, есть возможность того, что у них произойдет мотивация для покупки конкретного товара или услуги.

Компания Volkswagen в переводе с немецкого значит: «народный автомобиль». Volkswagen – это крупный автопроизводитель в Германии. Центральная организация расположена в городе Вольсбург. Объединенный концерн Volkswagen включил в себя более

340 организаций, специализирующихся на производстве транспортных средств. Первый логотип компании Volkswagen представлен на рисунке 2. Он представляет из себя контурную черно-белую конструкцию. В разработке логотипа Volkswagen принимал участие Адольф Гитлер, поэтому элементы чем-то напоминают свастику.



**Рисунок 2. Самое первое изображение логотипа Volkswagen [4]**

Современное изображение логотипа Volkswagen представлено на рисунке



**Рисунок 3. Современное изображение логотипа Volkswagen [4]**

ООО «Volkswagen Груп Рус» представляет из себя дочернюю компанию концерна Volkswagen на российском рынке. Товарные сегменты ООО «Volkswagen Груп Рус» включают в себя семь основных марок: автомобили Volkswagen, легковые автомобили Аудио, Skoda, Bentley, Lamborghini, Ducati.

Основная производственная площадка ООО «Volkswagen Груп Рус» в России расположена в г. Калуге. На территории предприятия расположено автомобильное производство Volkswagen и Skoda, а также завод, который производит бензиновые. На автомобильном заводе производят модели Volkswagen Tiguan, Volkswagen Polo и Skoda Rapid. Производственная мощность по этим маркам составляет более 225 тыс. автомобилей в год.

Мероприятия, которые проводятся при разработке товарной стратегии ООО «Volkswagen Груп Рус» представлены в таблице 2.

**Таблица 2.**

**Мероприятия, которые проводятся при разработке товарной стратегии  
ООО «Volkswagen Груп Рус» [6, с. 96]**

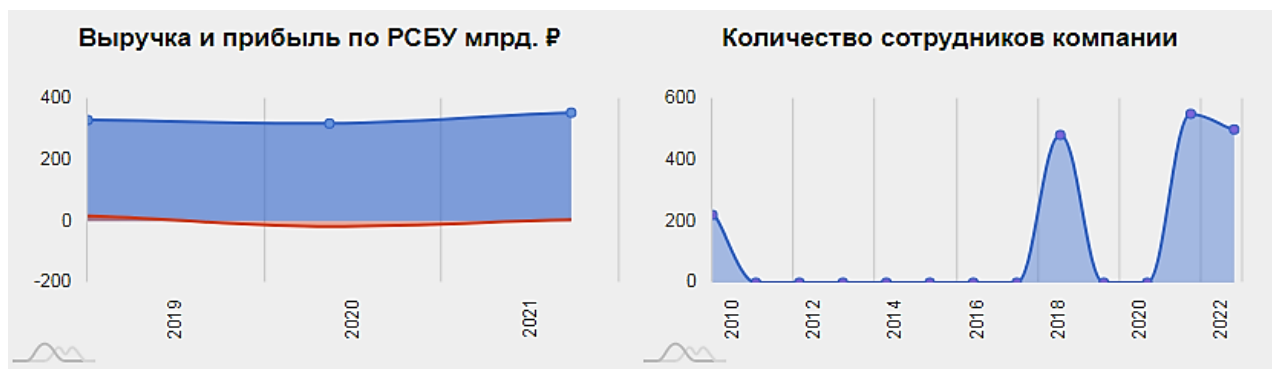
№ п/п	Мероприятия	Краткое описание
1	Мониторинг цен на аналогичные товары у конкурентов	Сопоставление примерно один раз в квартал
2	АВС и XYZ-анализ товарных групп	XYZ-анализ распределяет товары в зависимости от стабильности спроса. Объединенный АВС-XYZ-анализ показывает, как работать с каждой группой
3	Обратная связь с потребителями	Опросы и анкетирование на предмет качества и востребованности различных товарных групп
4	Анализ динамики прибыли	Исследование объема продаж, расходов, рентабельности основной деятельности

На сегодняшний день ООО «Volkswagen Груп Рус» придерживается стратегии лидерства по товару для максимального захвата аудитории. Для осуществления данной цели регулярно проводят совершенствование товарных, ценовых, конкурентных стратегий, а также, особое внимание обращено на продвижение товарного знака компании при помощи современных приемов интернет-маркетинга.

Таким образом, реализуемые мероприятия охватывают все элементы комплекса управления стратегиями:

1. Продукт: снижение издержек; постоянное опережение конкурентов в инновационных разработках; внедрение более бюджетной категории товара
2. Цена: развитие гибкой системы скидок; развитие кредитной системы.
3. Распространение товара: заключение договоров с партнерскими организациями.
4. Продвижение товара: SEO-оптимизация в сети Интернет; максимальное использование PR-поддержки.
6. Активное продвижение в интернете и в популярных социальных сетях.

Товары, которые производятся ООО «Volkswagen Груп Рус» используется не только в России, а также отправляются на экспорт, в том числе в Индию, ранее отправлялись в страны ЕС. После событий 2022 года в России автомобили марки Volkswagen подорожали примерно на 13%. Выручка и прибыль, а также динамика числа сотрудников ООО «Volkswagen Груп Рус» представлена на рисунке 4.



**Рисунок 4. Выручка и прибыль, а также динамика числа сотрудников ООО «Volkswagen Груп Рус» [1]**

Прибыль ООО «Volkswagen Груп Рус» за 2021 год достигла более 354 млрд. рублей, что на 11% больше объема продаж за 2020 год. Себестоимость продаж у компании за данный период выросла на 9% до 333, 6 млрд. руб, а валовая прибыль возросла почти на 48%. Убыток от продаж за 2021 год равен 391 млн. руб. (в 2020 году он составлял более 10 млрд. руб.).

Коммерческие расходы компании в 2021 году снизились на 16% относительно 2020 года до 18 млрд. руб., а управленческие – выросли на 4% до 3,7 млрд. руб.

За 2021 год ООО «Volkswagen Груп Рус» продал в России 197172 автомобиля: на 8 % в меньше по сравнению с 2020 годом.

Наибольшая масса моделей, которые производит ООО «Volkswagen Груп Рус» — это лифтбека Polo: за 2021 год продано более 47 тыс. экземпляров. Продажи кроссовера Tiguan снизились на 11% относительно 2020 года до 29,2 машин. Продажи кроссовера Volkswagen Touch в 2021 году составили более 4 тыс. штук.

Skoda Rapid было продано более 41 тыс. штук (+ 18%) относительно 2020 года. Второе место по популярности занял кроссовер Skoda Кагоq, продажи которого увеличились на 25%. Третье место занял кроссовер Kodiaq, который выбрали более 16 тыс. российских покупателей. Четвертое место занял Skoda Octavia, которую приобрели свыше 12 тыс. человек.

В 2021 году ООО «Volkswagen Груп Рус» начал выпуск нового кроссовера Volkswagen Таos. В данный проект вложили более 6 млрд. руб.



В связи с событиями 24 февраля 2022 года Volkswagen прекратил принимать в России заказы на одну из популярных моделей в России: седан Passat. Летом 2022 года стало известно, что ООО «Volkswagen Групп Рус» планирует продать свой завод в Калуге компании Азия Авто из Казахстана. Сотрудникам ООО «Volkswagen Групп Рус» в Нижнем Новгороде предложили добровольно уволиться, получив за это весомую компенсацию. На сегодняшний момент информация по восстановлению производства ООО «Volkswagen Групп Рус» в России отсутствует.

Таким образом, товарный знак представляет из себя отличительное обозначение продукции, которая даёт возможность потребителю выделяться на рынке, а клиентам четко отличать один бренд от другого. Продвижение товарного знака определяется в ходе товарной стратегии, направленной на проработку направлений оптимизации товарной номенклатуры и выделение ассортимента товаров, которые наиболее предпочтительны для успешной работы в конкретном рыночном сегменте, обеспечивают результативную работу организации в общем.

ООО «Volkswagen Групп Рус» является крупной корпорации, которая функционировала в России в рамках концерна Volkswagen. Компания имеет узнаваемый товарный знак, развитую товарную стратегию, в рамках которой в России предлагались автомобили: Volkswagen, Audi, Lamborghini, Bentley и Ducati. Для реализации товарной стратегии ООО «Volkswagen Групп Рус» проводятся следующие мероприятия:

- мониторинг цен на аналогичные товары у конкурентов;
- ABC и XYZ-анализ товарных групп;
- обратная связь с потребителями;
- анализ динамики прибыли.

Компания ООО «Volkswagen Групп Рус» придерживается товарной стратегии лидерства по продукту и максимального захвата рынка. В настоящее время деятельность ООО «Volkswagen Групп Рус» в России приостановлена.

#### Список литературы:

1. Государство. Бизнес. Технологии Volkswagen Group Rus [Электронный ресурс]. URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Компания:Volkswagen\\_Group\\_Rus\\_\(Фольксваген\\_Групп\\_РУС\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Компания:Volkswagen_Group_Rus_(Фольксваген_Групп_РУС)) (дата обращения: 22.11.2022).
2. Диденко Н.И. Международный маркетинг: учебник для вузов / Н.И. Диденко, Д.Ф. Скрипнюк. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 409 с.
3. Кузнецова Г.В. Конъюнктура мировых товарных рынков: учебник и практикум для вузов / Г.В. Кузнецова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 165 с.
4. Лавров И. История логотипа Фольксваген: развитие и эволюция бренда [Электронный ресурс]. URL: <https://turbologo.ru/blog/volkswagen-logo> (дата обращения: 22.11.2022).
5. Синяева И.М. Основы рекламы: учебник и практикум для вузов / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 552 с.
6. Цены и ценообразование: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т.Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т.Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 437 с.

**РУБРИКА 17.****РЕГИОНОВЕДЕНИЕ****ПРАКТИКА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБЩЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
МУНИЦИПАЛЬНЫМИ СЛУЖАЩИМИ РОВЕНЬСКОГО РАЙОНА  
БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ*****Страхова Валерия Сергеевна****магистрант,  
Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
РФ, г. Белгород****Самохвалова Елена Владиславовна****научный руководитель, канд. социол. наук, доц.,  
Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
РФ, г. Белгород***PRACTICE OF ASSESSING THE QUALITY OF GENERAL EDUCATION  
BY MUNICIPAL EMPLOYEES OF ROVENKY DISTRICT, BELGOROD REGION*****Valeriya Strakhova****Graduate student,  
Belgorod State National Research University,  
Russia, Belgorod****Elena Samokhvalova****Scientific advisor,  
PhD in Sociology, Associate Professor,  
Belgorod State National Research University  
Russia, Belgorod*

Ровеньский район замыкает юго-восточную часть Белгородской области и граничит на востоке – с Воронежской областью, а на юге – с Луганской. Площадь территории района – 1 369,17 кв. км, населённые пункты объединены в одно городское и 11 сельских поселений. Численность населения района на 1 января 2021 года составляет 23,5 тыс. человек, из которых 54,05 % (12,7 тыс. человек) проживает в сельской местности и 45,96 % (10,8 тыс. человек) – в городской [1].

Система образования Ровеньского района Белгородской области включает в себя 36 образовательных учреждений, из них: 13 дошкольных образовательных учреждений; 20 общеобразовательных учреждений: 11 средних, 8 основных и 1 начальное.

Существующая сеть общеобразовательных учреждений района полностью удовлетворяет потребность в обеспечении общего образования, позволяет проводить обучение в одну смену. Все общеобразовательные учреждения имеют лицензию на образовательную деятельность и свидетельство о государственной аккредитации. Всего в общеобразовательных учреждениях района в 2021 году обучалось 2 468 обучающихся, образовательный процесс в 100 % случаев был выстроен в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом. Программы профильного обучения осваивали обучающиеся 11 средних школ района (179 человек).

В образовательных организациях района проводится планомерная работа по реализации приоритетных направлений развития системы образования, внедрению в образовательный процесс информационно-коммуникационных технологий и возможностей информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», создаются условия по объединению усилий социальных институтов в воспитании детей в духе гражданственности, патриотизма и совершенствовании развивающей творческой среды для всех участников образовательного процесса.

Управление в сфере образования в районе осуществляет управление образования администрации Ровеньского района, структурными подразделениями которого являются: административный отдел, МКУ «Центр сопровождения развития образования». Управление осуществляет свою деятельность в соответствии с Конституцией Российской Федерации, Федеральными законами, нормативными актами Президента РФ и Правительства РФ, нормативными правовыми актами Белгородской области, решениями Муниципального совета Ровеньского района, нормативными правовыми актами администрации Ровеньского района, Уставом муниципального образования Ровеньский район, Положением об Управлении образования администрации муниципального района «Ровеньский район» Белгородской области. К полномочиям управления образования администрации муниципального района «Ровеньский район» Белгородской области, в том числе, относятся:

- организация предоставления общедоступного и бесплатного начального общего, основного общего, среднего (полного) общего образования по основным общеобразовательным программам, за исключением полномочий по финансовому обеспечению образовательного процесса, отнесенных к полномочиям органов государственной власти субъектов Российской Федерации;
- организация предоставления общедоступного бесплатного дошкольного образования;
- учёт детей, подлежащих обязательному обучению в образовательных учреждениях, реализующих образовательные программы начального общего, основного общего и среднего (полного) общего образования и т. д. [2].

Главной задачей управления остается обеспечение государственных гарантий доступности и равных для всех граждан возможностей получения качественного дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования. О том насколько эффективно она решается позволяют судить результаты оценки качества общего образования.

В рамках данной оценки муниципалитетом:

- осуществляется мониторинг системы образования на муниципальном уровне;
- обеспечивается сбор, обработка и передача информации о муниципальной системе образования на региональный уровень;
- обеспечивается открытость и доступность информации о системе образования на муниципальном уровне;
- обеспечивается проведение государственной итоговой аттестации обучающихся 9-х и 11-х (12-х) классов в форме основного государственного экзамена, единого государственного экзамена, государственного выпускного экзамена, итогового сочинения (изложения), итогового собеседования по русскому языку, международных, федеральных и региональных исследований;
- создаются условия для организации проведения независимой оценки качества условий осуществления образовательной деятельности организаций, осуществляющих образовательную деятельность;
- осуществляется анализ состояния муниципальной системы образования с учетом результатов независимой оценки качества образования для принятия управленческих решений по ее развитию [3].

В Ровеньском районе Приказом управления образования администрации Ровеньского района от 9 января 2020 года № 15 утверждено Положение о муниципальном мониторинге системы образования района, согласно которому муниципальная система оценки качества общего образования включает три уровня – муниципальный, общественный и институциональный (уровень образовательного учреждения). Концептуальные документы в районе отсутствуют.

Сформированная система оценки качества общего образования включает три уровня: муниципальный, общественный и институциональный (уровень образовательного учреждения).

На муниципальном уровне в оценке участвуют управление образования администрации муниципального района «Ровеньский район», муниципальное казенное учреждение «Центр сопровождения развития образования» (далее – Центр) и районные методические объединения учителей-предметников. Муниципальные служащие управления образования администрации осуществляют разработку и утверждение критериальной базы оценки; обеспечивают и контролируют проведение оценочных процедур; координируют работу субъектов оценки; осуществляют сбор, хранение, обработку, анализ оценочной информации; принимают управленческие решения по результатам оценки. В свою очередь, Центр, методические объединения, общественность – участвуют в разработке критериальной базы, сопровождают оценочные мероприятия, вносят предложения по повышению объективности оценки и развитию системы образования.

Оценка качества общего образования проводится по двум направлениям (качество образовательных результатов и качество образовательной деятельности), рассчитываемым на основе оценки восьми поднаправлений.

По первому направлению определяется качество образовательных результатов на основе оценки качества подготовки учащихся; работы со школами с низкими результатами обучения и/или функционирующими в неблагоприятных социальных условиях; выявления, поддержки и развития способностей, талантов детей; самоопределения и профессиональной ориентации обучающихся. Второе предполагает оценку качества образовательной деятельности на основе оценки эффективности руководителей образовательных организаций; обеспечения профессионального развития педагогических работников; системы организации воспитания обучающихся; оценки качества дошкольного образования.

Данное разделение отражает ключевые современные тренды и акценты, характерные для системы общего образования, а также отраженные в программах и проектах в сфере общего образования, реализуемых на федеральном уровне. Разделение на направления позволяет выявить и оценить управленческие циклы внутри рассматриваемых систем, используя структурированные критерии оценки.

В целях анализа существующей системы оценки качества общего образования в Ровеньском районе Белгородской области автором был проведен экспертный опрос среди муниципальных служащих Ровеньского района, сотрудников МКУ «Центр сопровождения развития образования Ровеньского района» Белгородской области. В результате только 26,67 % респондентов указали, что оценка качества общего образования Ровеньского района организована эффективно, еще практически половина опрошенных выбрали вариант «скорее эффективно». Вариант «не эффективно» не выбрал никто.

В качестве основных проблем, препятствующих эффективной работе муниципальной системы оценки качества общего образования респонденты, в первую очередь, назвали недостаточно эффективную работу в образовательных учреждениях по системному анализу факторов, влияющих на образовательные результаты и низкую эффективность контрольно-управленческих мероприятий в вопросах качества организации и мониторинга учебной деятельности и уровня преподавания. Чуть реже упоминались неготовность части педагогических работников к комплексной оценке результатов ФГОС и недостаточное внедрение технологического подхода в осуществление руководства образовательным процессом. На несовпадение результатов внутришкольного и внешнего оценивания опрошенные указывали реже всего.

### Список литературы:

1. Официальный сайт администрации муниципального района «Ровеньский район» Белгородской области. – Режим доступа: <https://rovenkiadm.gosuslugi.ru/>.
2. Об утверждении Положения о муниципальном мониторинге системы образования Ровеньского района : приказ управления образования администрации муниципального района «Ровеньский район» Белгородской области от 09.01.2020 № 15. – Режим доступа: <https://rovenkiadm.gosuslugi.ru/deyatelnost/proekty-i-programmy-rovenskogo-rayona/razvitiie-obrazovaniya/>
3. Об утверждении положения о системе оценки качества образования Белгородской области: приказ департамента образования Белгородской области от 29.12.2021 № 3896. – Режим доступа: <http://belcoko.ru/monitoring-oo/nezavisimaya-otsenka-kachestva-obrazovaniya/665.pdf>

## ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ СВЯЗЕЙ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА СО СТРАНАМИ АТР

*Тищенко Анастасия Владимировна*

*студент,*

*Владивостокский Государственный Университет,  
РФ, г. Владивосток*

Проблемы и перспективы дальнейшего развития Дальневосточного федерального округа являются актуальными в настоящее время и обсуждаются на уровне государства. Итогом данных дискуссий стала «Стратегия социально-экономического развития Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2025 года» утвержденная в декабре 2009 года.

Изучая и анализируя проблемы и перспективы развития внешнеторговых связей Дальневосточного региона со странами Азиатско-Тихоокеанской зоны, руководство государства выдвинуло первостепенную задачу создания в регионе социально-экономической системы, которая будет обеспечивать населению высокий уровень жизни. Таким образом, принятие данной стратегии значительным образом повысило значимость Дальневосточного региона.

Развитие Дальнего востока обуславливает необходимость выхода на сырьевые рынки Азиатско-Тихоокеанской зоны. При этом, не стоит недооценивать важность стратегической составляющей, которая состоит из внешнеполитической активизации и обороноспособности.

На данном периоде, руководство государства прикладывает колоссальные усилия для дальнейшего развития внешнеторговых взаимоотношений со странами Азиатско-Тихоокеанского региона.

Тем не менее, данные усилия несколько сдерживаются бюджетными ограничениями, которые обуславливаются сформированной социально-экономической ситуацией и естественно внешнеполитической обстановкой, на данный момент.

Следует отметить, что ставка на развитие внешнеторговых связей Дальнего востока со странами Азиатско-тихоокеанского региона делалась еще в период СССР. Так, в 1987 году была принята программа «Долговременная государственная программа комплексного развития производительных сил Дальневосточного экономического района, Бурятской АССР и Читинской области на период до 2000 года».

Данный документ послужил основой, вектором для перспективного принятия программ развития Дальнего востока на постсоветском пространстве.

В данный период прилагается большое количество усилий для развития Дальневосточного региона и его освоения, были сделаны ориентиры на стимулирование повышения плотности населения, развитие инфраструктуры, развитие военно-промышленного комплекса, а также освоение природных ресурсов.

В связи с указанными выше направлениями развития Дальнего востока была введена специальная система районных коэффициентов, надбавок к заработной плате, особая ценовая политика.

Но в связи с распадом СССР, все предполагаемые начинания были сведены к нулю. Результатом данного положение стало скорое покидания населения территории Дальнего Востока, поскольку имело место быть: упадок промышленности, нехватка рабочих мест и другие негативные факторы.

Данное положение дел было обусловлено не правильной программой развития Дальневосточного региона в советский период, макрорегиона с ресурсной базой. Начиная с 1992 года, когда наметился отток населения с Дальневосточного региона, его покинуло более двух миллионов граждан.

Только в начале 2000 годов данная ситуация в Дальневосточном регионе несколько стабилизировалась. Несмотря на существенное отставание в экономическом и инфраструктурном развитии, Дальневосточный регион стал активно развивать внешнеторговые связи со странами Азиатско-Тихоокеанского региона.

Постепенно отмечается небольшое сокращение миграции из Дальнего Востока, которое обуславливается надеждами на создаваемые территории опережающего развития.

В 2018 году В.В. Путин принял решение, которое имеет характер беспрецедентного в истории нашего государства, согласно которому граница Дальневосточного федерального округа, которые были неизменны с 2000 года были расширены, за счет включения в него Республики Бурятия и Забайкальского края. Следует отметить, что данные регионы всегда были территорией Сибири и их объединение с Дальневосточным регионом имело лишь исторический характер.

Главным аргументом в пользу принятия данного решения являлся показатель «нестабильности регионов», сопровождаемое так называемым бедствием субъектов. Очевидно, что Дальний Восток должен рассматриваться в качестве территории, в рамках которой приняты определенные меры его долгосрочного перспективного развития.

Имеющиеся успехи развития внешнеторговых отношений с государствами Азиатско-Тихоокеанского региона обусловлены не столько комплексным подходом, сколько эффективным использованием политико-дипломатических возможностей.

В рамках взаимодействия Дальнего Востока с Азиатско-Тихоокеанской зоной наблюдаются динамичные процессы интеграции экономического характера, приобретающие различные формы. В результате которых принимаются многосторонние, двух и трехсторонние соглашения, касающиеся свободной торговли, проекты экономического сотрудничества.

Следует отметить и благоприятную обстановку на современном этапе в рамках Азиатско-Тихоокеанского региона, где не выдвигается каких-либо препятствий для развития внешнеторговых взаимоотношений. Нередко можно встретить присутствие дальневосточного региона в Азиатско-Тихоокеанском регионе как важной составляющей для поддержки баланса сил и обеспечения региональной стабильности. По последним прогнозам, общая доля государств Азиатско-Тихоокеанского региона во внешнеторговых отношениях с Дальним Востоком должна составить около 40 %.

Наметилась тенденция дальнейшего сотрудничества и интеграции, базирующегося на взаимном экономическом развитии Дальнего Востока и стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

За годы своего существования Ассоциация экономического сотрудничества государств Азиатско-Тихоокеанского региона приобрело форму интеграции, при этом поспособствовало созданию такого механизма сочетания интересов государств, которые не только находятся на разном уровне социально-экономического развития, но и принадлежат различным культурным конфессиям.

В настоящее время у Российской Федерации, через Дальневосточный регион появилась возможность занять адекватное место в Азиатско-Тихоокеанском регионе, соразмерное ее экономическим возможностям.

## РУБРИКА 18. РЕКЛАМА И PR

### АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЙ ПО УНИЧТОЖЕНИЮ БЕСПИЛОТНЫХ ЛЕТАТЕЛЬНЫХ АППАРАТОВ ИЗ СТРЕЛКОВОГО И СПЕЦИАЛЬНОГО ОРУЖИЯ

*Гришин Андрей Игоревич*

*курсант 1 взвода 13 роты,  
Рязанское гвардейское высшее воздушно-десантное командное училище,  
РФ, г. Рязань*

*Гереханов Умар Ахмедович*

*сержант 1 взвода 13 роты,  
Рязанское гвардейское высшее воздушно-десантное командное училище,  
РФ, г. Рязань*

*Раков Вячеслав Викторович*

*научный руководитель,  
преподаватель кафедры вооружения и стрельбы,  
Рязанское гвардейское высшее воздушно-десантное командное училище,  
РФ, г. Рязань*

Воздушные цели по своему характеру и возможностям маневра имеют существенные особенности по сравнению с движущимися наземными целями, что приводит к необходимости выработки особых правил стрельбы по ним. Непрерывное и быстрое изменение положения воздушной цели в пространстве вызывает существенные трудности в наводке оружия.

С развитием радиолокационных средств обнаружения и зенитных управляемых ракет существенно были затруднены боевые действия самолетов на больших и средних высотах; стала явной тактика применения БПЛА на малых и предельно малых высотах. Для борьбы с низколетящими самолетами и БПЛА вместе с другими специальными зенитными средствами необходимо применять и огонь стрелкового и специального оружия.

Для успешного ведения огня по воздушным целям личный состав группы СпН должен знать особенности и характеристики основных типов и БПЛА противника, их сильные и слабые стороны; подразделения должны быть обучены способам ведения огня по низколетящим и, особенно, пикирующим воздушным целям. Все это способствует сознательное и твердое усвоение правил стрельбы по воздушным целям.

Разработка беспилотных летательных аппаратов (БПЛА) – одно из наиболее перспективных направлений развития современной *военной авиации*. Беспилотники, или дроны, уже привели к значительным изменениям в тактике ведения боевых действий. Прогресс в развитии беспилотных летательных аппаратов – это, вероятно, самое важное достижение в современной авиации последних десятилетий.

Первые проекты летательных аппаратов без человека были созданы сразу после появления первых самолетов, но реализовать их на практике смогли только в конце 70-х годов прошлого столетия, положивший начало настоящей «беспилотного бума». Дистанционно управляемая авиационная техника очень долго «запрягала», но сегодня она «несется галопом».

Лидером в создании дроном являются американцы. Любопытно проследить объемы финансирования, выделяемые американским бюджетом на создание новых беспилотников. За все 90-е годы на подобные проекты было потрачено «всего» 3 млрд. долларов, а уже в 2003 году на это направление было потрачено более 1 млрд.

Сегодня идут работы над созданием новых БПЛА с большой продолжительностью полета, тяжелых аппаратов, способных решать задачи в самых тяжелых условиях. Ведутся разработки БПЛА, предназначенных для уничтожения баллистических ракет, беспилотных истребителей, микродронов, способных действовать большими группами (роями).

Работы над БПЛА ведутся в десятках странах мира, в этом направлении трудятся тысячи частных компаний, самые «вкусные» их разработки попадают в руки военных.

Некоторые из современных БПЛА уже обладают весьма высокой степенью автономности, вероятно, что уже в ближайшем будущем дроны получат способность выбирать цель и принимать решение о ее уничтожении. В связи с этим возникает сложная этическая проблема: насколько гуманно доверять судьбу живых людей равнодушному и безжалостному автомату.

Преимущества БПЛА по сравнению с пилотируемыми самолетами и вертолетами:

- значительное снижение габаритных характеристик по сравнению с традиционными летательными аппаратами, что уменьшает стоимость, повышает живучесть дронов;
- возможность создания не больших БПЛА, способных выполнять различные задачи на поле боя;
- беспилотные аппараты способны проводить разведку и передавать информацию практически в режиме реального времени;
- у БПЛА нет никаких ограничений для применения в особо тяжелых боевых условиях, связанных с большим риском для уничтожения аппарата;
- высокая боеготовность и мобильность.

Недостатки БПЛА:

- недостаточная гибкость применения по сравнению с традиционной авиацией;
- уровень надежности дронов пока еще уступает традиционным летательным аппаратам;
- пока не до конца решены вопросы связи, посадки, спасения аппарата.

На сегодняшний день существует множество беспилотных летательных аппаратов, которые отличаются по своим размерам, внешнему виду, дальности полета и выполняемым функциям.

Систематизируя все данные БПЛА, я классифицировал подразделения БПЛА по следующим признакам:

По принципу полета БПЛА делятся на:

- с жестким крылом (БПЛА самолетного типа);
- с гибким крылом;
- с вращающимся крылом (БПЛА вертолетного типа);
- с машущим крылом;
- аэростатические.

С жестким крылом (самолетного типа)

Этот тип аппаратов известен также как БПЛА с жестким крылом. Подъемная сила данных аппаратов создается аэродинамическим способом за счет напора воздуха, набегающего на неподвижное крыло. Аппараты такого типа, как правило, отличаются большой длительностью полета, большой максимальной высотой полета и высокой скоростью. Существует большое разнообразие подтипов БПЛА самолетного типа, различающихся по форме крыла и фюзеляжа. Практически все схемы компоновки самолета и типы фюзеляжей, которые встречаются в пилотируемой авиации, применимы и в беспилотной.



## КАНАЛЫ И СПОСОБЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ РЕКЛАМЫ

*Хлебнова Анастасия Игоревна*

*студент*

*Новосибирского Государственного Университета*

*Экономики и Управления,*

*РФ, г. Новосибирск*

*Шадрина Любовь Юрьевна*

*научный руководитель, канд. социол. наук, доц.*

*Новосибирского Государственного Университета*

*Экономики и Управления,*

*РФ, г. Новосибирск*

Максимальный эффект от рекламы возможно получить в том случае, когда специалист по медиа планированию правильно выбирает средства массовой коммуникации и рекламные носители для размещения. Здесь важно учитывать охват медиаканалов, частоту и силу воздействия на целевого потребителя.

Правильный выбор эффективных средств и носителей распространения рекламной информации определяет успех рекламной кампании. От верного решения этой проблемы зависит, какое количество потенциальных потребителей будет охвачено рекламным посланием, насколько сильным будет воздействие на них, каким будет бюджет и будут ли достигнуты цели рекламной кампании [11].

Основными средствами массовой коммуникации являются [2]:

1. Телевидение;
2. Радио;
3. Пресса;
4. Реклама в прессе;
5. Интернет.

Рассмотрим их более подробно

Телевидение обладает такими преимуществами как:

1. Эффект присутствия. Более близкий к другим формам межличностного общения;
2. Возможен охват аудитории разных сегментов;
3. Обеспечивает максимальный охват аудитории.

На телевидении прежде всего рекламируются товары широкого потребления: продукты питания, алкогольные и безалкогольные напитки, средства бытовой химии, средства личной гигиены, парфюмерия, услуги операторов сотовой сети, услуги банков и др. [13].

Преимущества радиорекламы заключаются в следующем [3]:

- широкий охват аудитории;
- относительная простота в производстве;
- легкость модификации федерального аудиоролика под региональные стандарты;
- низкая стоимость размещения аудиорекламы.

Самая значимая категория рекламодателей на радио - автопроизводители [7]. Так как в рекламе на радио отсутствует визуальный контент, большой упор делается на звук. Как отмечают многие создатели аудио роликов, очень важным является правильный подбор голосов персонажей, выбор музыки, грамотно написанный сценарий. При этом, перед запуском радиорекламы, необходимо уделить качественное время исследованию. На момент 2022 года, существует множество радиостанций, тематическая направленность которых весьма разнообразна, поэтому, прежде чем планировать размещение роликов на радио, следует изучить информацию о рейтинге станций, рейтинге их программ, и портрет их аудитории.

Что касается рекламы в прессе, то она обладает такими преимуществами как [10]:

- широкий охват аудитории по географическому положению;
- неограниченное время воздействия (читатель может вернуться к объявлению);

- многообразие форм рекламной продукции (газетное объявление, аналитическая статья, обзор и др.)
- большая вероятность донести информацию до целевого потребителя через специализированной прессы.

В рекламе такого вида, следует уделять внимание цветам, шрифту и прочим контрастным решениям, чтобы привлечь внимание читателей и увеличить уровень читабельности объявлений [10].

Рассматривая такой вид рекламы как наружная, были определены следующие преимущества [6]:

- хорошо заметна;
- привлекает большое количество людей – пешеходов, пассажиров общественного транспорта и людей, ожидающих транспорт;
- мобильность (возможно размещение на разных носителях: на щите, на крыше, на стене здания, а столбе уличного освещения и др.).

Однако, с каждым годом наружная реклама становится более навязчивой, это обусловлено избытком рекламных конструкций и их хаотичным размещением, что негативно сказывается на эмоциональном состоянии жителей и визуальном облике города [5].

Что касается рекламы в Интернете, то можно сказать, что это самый молодой носитель рекламы и один из самых востребованных [12]. Интернет может удивить своим разнообразием и новыми технологическими возможностями. Он позволяет существенно повышать эффективность маркетинговых коммуникаций – одну из ключевых компетенций современной компании [14].

Главные преимущества Интернет-рекламы:

- разнообразие форматов (это могут быть статичные, анимированные баннеры или видео-форматы);
- дешевле остальных видов рекламы;
- благодаря красочному оформлению и цепляющим заголовком, привлекает к себе внимание многих пользователей;
- возможность показывать объявления заинтересованным лицам, что позволяет более точно охватить целевую аудиторию.

Интернет-реклама имеет различные форматы и виды.

Кроме стандартных носителей, среди средств массовой коммуникации, выделяют такие носители рекламы как: кинореклама, реклама на транспортных средствах и мобильная реклама [12].

При выборе медианосителей основываются на том, чтобы носители позволяли добиваться следующих целей [9]:

- достижение заданной частоты показов рекламного сообщения потенциальным потребителям;
- выбор наиболее дешевых рекламных носителей, которые помогут решить задачу стоимостной эффективности рекламной кампании для заданной целевой аудитории;
- минимальное число «пустых доставок», когда показ рекламного сообщения осуществляется для лиц, не входящих в целевую аудиторию; уложиться в выделенный для размещения бюджет.

### Список литературы:

1. Антипов К.В. Основы рекламы: Учебник / К.В. Антипов. - 4-е изд., стер. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. - 326 с.
2. Аудио-Реклама – статья «Особенности аудиорекламы». // [Электронный ресурс] URL:<https://www.audio-reclama.ru/blog/osobennosti-reklami-osobennosti-audioreklami.html>
3. Вартанова Е.Л. Основы медиабизнеса: Учебник для студентов вузов / Под ред. Е.Л. Вартановой. — О75 М.: ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2014. — 400 с. — (Серия «Учебник нового поколения»).

4. Винник А.Е. Наружная реклама: эффективность и восприятие жителями современного города / А.Е. Винник // *Фундаментальные исследования*. – 2021. – № 4. – С. 24-29.
5. Карлова Л.В. Основы рекламы: Учебное пособие. Часть I / Л.В. Карлова – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2009. – 112 с.
6. Медиа Профи – статья «Рынок радиорекламы в 2022 году. Реакция на изменения». // [Электронный ресурс] URL: <https://mediaprofi.org/media-info/analytics/item/21215-rynok-radioreklamy-v-2022-godu-reaktsiya-na-izmeneniya>
7. Назайкин А.Н. Медиапланирование: учеб.пособие / А.Н. Назайкин. — М.: Эксмо, 2010. - 400 с.
8. Руденко А.М. Психология массовых коммуникаций: учебник / А.М. Руденко, А.В. Литвинова; под ред. А.М. Руденко. — М.: РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 303 с.
9. Степанова С.В. Выбор носителей для размещения в них рекламы *Научный журнал «Студенческий форум»*. № 2(138), 2021 г.
10. Татаринов К.А. Роль интернет-рекламы в современном продвижении товаров и услуг / К.А. Татаринов, В.Ю. Капустян // *Global and Regional Research*. – 2019. – Т. 1. – № 3. – С. 53-59.
11. Токова А.Р. Особенности телевидения как канала распространения рекламы / А.Р. Токова // *Русский язык и литература в полилингвальном мире: вопросы изучения и преподавания (XVI Кирилло-Мефодиевские чтения) : Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Карачаевск, 26–27 июня 2020 года. – Карачаево-Черкесский государственный университет им. У.Д. Алиева: Карачаево-Черкесский государственный университет им. У.Д. Алиева, 2020. – С. 142-149.*
12. Тоторкулов И.И. Медийная интернет-реклама: особенности, преимущества и недостатки / И.И. Тоторкулов // *NovaInfo.Ru*. – 2013. – № 18. – С. 26–28.

**РУБРИКА 19.****ЭКОНОМИКА****РОЛЬ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В ФОРМИРОВАНИИ  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ КИТАЯ***Астапович Роман Игоревич**студент,**Санкт-Петербургский государственный университет,  
РФ, г. Санкт-Петербург**Крейзберг Анна Алексеевна**студент,**Санкт-Петербургский государственный университет,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

Первым большим шагом навстречу развития интернет-торговли считается основание Джеффом Безосом компании Amazon в 1994 г. Тогда фирма промышляла лишь одним товаром – книгами. Однако на этом Безос не остановился – его устремления были направлены на расширение списка товаров, продаваемых на платформе Amazon. Уже в 2016 г. компания Безоса сумела продать различных товаров на крупную сумму в 136 млрд долл. Между тем, в 1999 году Джек Ма основал в Китае компанию Alibaba, также специализирующуюся на интернет-торговле. В 2018 году Alibaba побила все рекорды в сфере онлайн-продаж, проведя однодневную распродажу, в ходе которой было совершено сделок на 30,8 млрд долларов, что вдвое превышает совокупный объем продаж за день Черной пятницы и Киберпонедельник в США [1].

Электронная коммерция и ее частный случай – интернет-торговля, позволяет покупателям в онлайн-режиме производить покупки через сеть Интернет, при этом оплатить товар можно одномоментно через тот же сервис, выбрав подходящий способ доставки или самовывоз. С появлением новых технологий спрос на сервисы такого рода продолжает неустанно расти, а потребители все чаще обращаются к интернет-площадкам как к удобному и знакомому методу совершения покупок, где они могут ознакомиться с интересующей их информацией о товаре, отзывами других потребителей, а также получить информацию о скидках и других выгодных предложениях.

Предполагается, что постепенное развитие электронной торговли и появление новых технологий в 21 веке оказывает широкое воздействие на структуру потребления и потребительское поведение в обществе. В результате, за последнее десятилетие изменению подверглись некоторые поведенческие особенности потребителей: у клиентов стали вырабатываться новые привычки и вкусовые предпочтения. Несомненно, будучи подкрепленной новейшими технологиями и разработками, упрощающими взаимодействие в интернет-среде, электронная торговля выступает в роли драйвера развития цифрового общества в современном мире.

Вопрос формирования потребительского поведения при совершении покупок через онлайн-сервисы целесообразно рассматривать в контексте того, какие выгоды приносит конечному потребителю пользование торговыми онлайн-площадками, а также каким образом реагируют поставщики благ на изменяющиеся условия торговли на рынке. Далее рассмотрим важнейшие особенности, свойственные электронной торговле, участвующие в процессе формирования потребительского поведения.

**Доступность торговых интернет-площадок снижает спрос потребителей на физические магазины.** На сегодняшний день одним из основных преимуществ онлайн-торговли

считается свойственным для нее отсутствие географических ограничений. Благодаря повсеместному распространению торговых онлайн-площадок, налаженным цепочкам поставок, развитой логистике и инфраструктуре отпала необходимость потребителя в посещении физических магазинов, а также сократилось общее время, которое ранее затрачивалось на совершение покупок.

В Китае положительное влияние электронной торговли на потребление оказывается заметно выше для жителей, проживающих в сельских регионах; положительная динамика также существует во внутренних регионах Китая и характерна для бедных домохозяйств. Согласно исследованию, около 62% товаров, купленных через сельский онлайн-терминал Taobao компании Alibaba, изначально не были доступны в деревне. Данный показатель возрастает до 84% для группы товаров длительного пользования [2]. Таким образом, развитие электронной коммерции помогает уменьшить географическое неравенство в потреблении, снижая потребность в наличии физических магазинов и их посещениях.

**Большой доступ к информации делает потребителей более избирательными.** Сервисы, предоставляющие доступ к ассортименту товаров и услуг посредством сети Интернет, несут в себе гораздо больше информации, чем те же товары, представленные на полках в физических магазинах. При меньших затратах времени и средств цифровые потребители способны получить доступ к информации о продукте и бренде, гораздо более подробной и обширной, чем той, которая была бы извлечена при общении с продавцом в физическом магазине. Отныне, совершая покупки, будь то интернет-площадка или физический магазин, потребитель, заблаговременно вооружившись информацией, сможет самостоятельно дифференцировать качество продукции, сориентироваться в цене и наиболее оптимально удовлетворить свою потребность в продукте. При этом ожидания покупателей становятся выше, а компаниям приходится «повышать планку», чтобы соответствовать потребительским запросам.

В Китае информация, которую несет в себе название бренда, в последние годы играет все более значимую роль в потребительском выборе. Узнаваемость бренда чрезвычайно важна для Китая, так как потребители готовы заплатить более высокую цену за бренд с хорошей репутацией. Иностранные компании, выходящие на рынок Китая, часто сталкиваются с проблемами при адаптации своей стратегии брендинга, и одной из таких проблем, например, является поиск гармоничного названия бренда на китайском языке [3]. Ярким примером важности перевода бренда при выходе на китайский рынок является история бренда спортивной одежды и обуви Nike. Китайским потребителям американский Nike знаком как Nai Ke, что означает «несокрушимость и стойкость». Адаптированный перевод куда нельзя лучше отражает оригинальную концепцию бренда [4]; однако, при дословном переводе, у компании Nike были большие риски превратиться для покупателей из КНР в нечто, под названием «Молочный урок» или «Нафталиновый гость».

**Цифровые потребители настроены на получение персонализированного опыта.** Развитие электронной коммерции значительно повысило ожидания клиентов в отношении компаний, у которых они приобретают товары и услуги. В связи с этим потребители ожидают от используемых сервисов персонализированные предложения и подборку товаров, которая будет представлять для человека индивидуальный интерес. Примечательно, что вероятность того, что люди потратят больше, чем планировали, на 40% выше, если они полагают, что опыт покупок был в значительной степени персонализирован [5].

Для китайских потребителей наличие персонализированного опыта в последнее время играет весомую роль. Компания Adidas также стремится персонализировать опыт для китайских потребителей, предоставляя индивидуальные скидки и предложения, а также возможность участвовать в создании собственного дизайна одежды. Кроме того, компания делает акцент на индивидуальности каждого человека, что было отражено в рекламе Adidas для китайского рынка в 2017 г. В данной рекламной кампании Adidas обращается к китайским спортсменам и предлагает им раскрыть свою индивидуальность. Неважно, какого человека пола, возраста или национальности, каждый сможет заниматься спортом.

**Развитие электронной торговли способствует социальной активности в интернет-пространстве.** Цифровой маркетинг облегчил пользователям обмен мнениями и тем самым превратил онлайн-шопинг в разновидность социальной активности. Цифровые потребители

полагаются на мнение других покупателей при принятии решений о покупке, поскольку у них есть прямой и быстрый доступ к отзывам и доверяют им, хотя, по сути, опираются на мнение незнакомых людей. Владельцы онлайн-компаний всячески поддерживают политику обмена мнениями, поощряют пользователей, облегчающих опыт приобретения товаров своими комментариями для их последователей. На сегодняшний день около 95% покупателей просматривают отзывы других пользователей, прежде чем самостоятельно совершить покупку; при этом, они доверяют отзывам покупателей больше, чем тому, говорят о себе сами бренды [6]. Потребители в онлайн-пространстве, таким образом, несут большую ответственность за формирование восприятия бренда, нежели сам бренд.

Эта особенность электронной торговли для онлайн-площадок КНР имеет особо значение. В маркетинге существует теория о том, что китайские потребители в большей степени ориентированы на стороннее мнение и больше доверяют именно неформальным каналом информации, что связано с высокой степенью коллективизма, присущей их культуре [7]. Вдобавок к мнению рядовых пользователей, большое влияние на выбор товара для китайских потребителей оказывает мнение популярных блогеров и интернет-инфлюенсеров. Лидеры мнений интернет-пространства охотно рассказывают подписчикам о своих покупках и делятся рекомендациями, что зачастую ведет к стремительному повышению спроса на определенный товар или услугу. Данная разновидность маркетинга получила название KOL (key opinion leaders) marketing, и активнее всего в КНР реализуется на площадках WeChat, Weibo, Douin, Bilibili и др. Очень точно передает эффективность KOL-маркетинга в электронном секторе китайской торговли случай с выпуском специальной, лимитированной серии автомобилей MiniCooper в 2017 году совместно с Бекки Ли, популярной в онлайн-среде гонконгской актрисой. Через пару минут после открытия продаж в социальной сети, было продано около сотни автомобилей марки MiniCooper по цене 285 000 юаней за штуку [8]. Успех продажи линейки автомобилей присваивают, в первую очередь, анонсу о нем актрисы на своих страничках в социальных сетях: WeChat с 2 млн подписчиков и Weibo, где количество подписчиков на тот момент преодолело рубеж в 3 миллиона.

В статье рассмотрены лишь некоторые факторы, влияющие на потребительское потребление в условиях не так давно получившей распространение онлайн-торговли. Стоит предполагать, что со временем они получают еще большее распространение, а новые технологии повлекут за собой и новые поведенческие паттерны потребителей в онлайн-среде.

### Список литературы:

1. Policy Research Working Paper 8810 E-Commerce Development and Household Consumption Growth in China Xubei Luo Yue Wang Xiaobo Zhang [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/31539> (дата обращения: 2.12.2022).
2. Ма Хуатэн и др. УЗ6 Цифровая трансформация Китая. Опыт преобразования инфраструктуры национальной экономики / Ма Хуатэн, Мэн Чжаоли, Ян Дели, Ван Хуалей; Пер. с кит. — М.: Интеллектуальная литература, 2019. — 250 с.
3. “Brands become more important in Chinese market” [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.marketingweek.com/brands-become-more-important-in-chinese-market/> (дата обращения: 4.12.2022).
4. Дубкова Ольга Владимировна, Захарова Александра Владимировна Нейминг мировых брендов в Китае: проблемы лингвистического перевода на китайский язык // Язык и культура. 2021. №55. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neyming-mirovyh-brendov-v-kitae-problemy-lingvisticheskogo-perevoda-na-kitayskiy-yazyk> (дата обращения: 4.12.2022).
5. Google/BCG, U.S., Business Impact of Personalization in Retail study, customer survey, n=3144, 2019. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://web-assets.bcg.com/img-src/BCG-The-Next-Level-of-Personalization-in-Retail-June-2019-R\\_tcm9-221168.pdf](https://web-assets.bcg.com/img-src/BCG-The-Next-Level-of-Personalization-in-Retail-June-2019-R_tcm9-221168.pdf) (дата обращения: 5.12.2022).

6. New Study Highlights the Importance of Online Reviews in Local Search [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.socialmediatoday.com/marketing/new-study-highlights-importance-online-reviews-local-search> (дата обращения: 5.12.2022).
7. Баранова Анастасия Владимировна Особенности интернет-маркетинга для бренда одежды в Китае // Скиф. 2021. №6 (58). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-internet-marketinga-dlya-brenda-odezhdy-v-kitae> (дата обращения: 7.12.2022).
8. Seven ways to advertise online in China. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.marketingtochina.com/7-ways-advertise-online-china> (дата обращения: 7.12.2022).

## МИРОВОЙ ОПЫТ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

*Вавилова Анастасия Владимировна*

*студент,*

*Рязанский строительный колледж*

*имени Героя Советского Союза В.А. Беглова,*

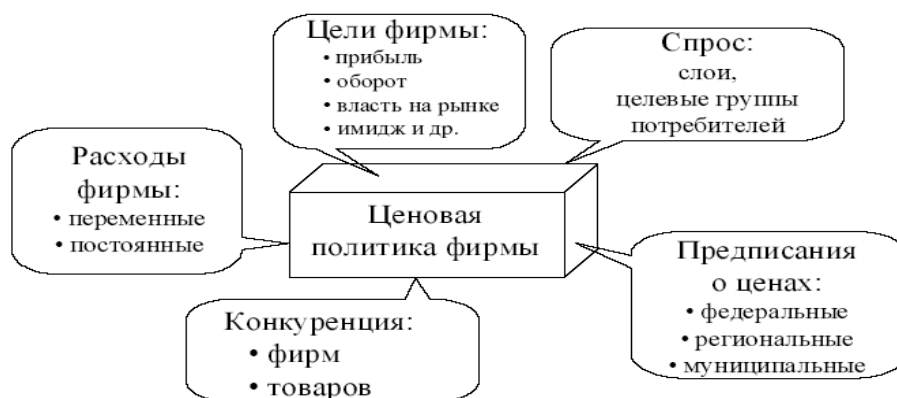
*РФ, г. Рязань*

Одним из наиболее существенных факторов, определяющих эффективность деятельности предприятия, является ценовая политика на товарных рынках. Цены обеспечивают предприятию запланированную прибыль, конкурентоспособность продукции и спрос на нее. Через цены реализуются конечные коммерческие цели, определяется эффективность деятельности всех звеньев производственно-сбытовой структуры предприятия.

**Цена** — единственный элемент традиционного маркетинга, обеспечивающий предприятию реальный доход. Рыночная цена не является независимой переменной, ее значение зависит от значения других элементов маркетинга, а также от уровня конкуренции на рынке и общего состояния экономики.

Исторически цена считалась главной детерминантой покупательского выбора.

Прежде чем варьировать цену товара, необходимо выделить отправные точки этой деятельности. При установлении цены определяющими выступают следующие факторы (рис. 1).



*Рисунок 1. Детерминанты ценовой политики*

Проблема ценообразования занимает ключевое место в системе рыночных отношений. После проведения в России рыночных реформ предприятия в основном применяют свободные (рыночные) цены, величина которых определяется спросом и предложением.

Предприятие в процессе своей деятельности может преследовать различные цели в зависимости от сложившейся ситуации на рынке: выживаемость фирмы, максимизация темпов роста, увеличение объёмов продаж, стабилизация или рост рыночной доли. Поэтому разрабатываемая система ценообразования должна обладать основным свойством – гибкостью. Она должна адекватно реагировать на изменения внутренних и внешних факторов, начиная с издержек фирмы и заканчивая законодательством.

Несмотря на определенное многообразие методов ценообразования, представленное в современной экономической литературе, для большинства российских промышленных предприятий в установлении цены на продукт наиболее распространенным является подход «средние издержки плюс прибыль».

Для нивелирования недостатков практики ценообразования в России, на основе затратного метода формирования себестоимости в условиях отдельно взятого субъекта хозяйствования, целесообразно предложить современные методы ценообразования: «таргет-костинг» и «кайзен-костинг».



Родиной концепции «таргет-костинг» считают Японию. Она была впервые применена в корпорации Toyota в 1965 г.

Сущность метода таргет-костинг заключается в установлении контроля затрат и определения суммы прибыли еще на стадии проектирования продукции, что дает возможность утверждения цены на уровне цен конкурентов.

Предпосылки возникновения этого метода базируются на практической реализации конкурентных стратегий Майкла Портера: продавай дешевле, чем другие; сделай свой продукт отличным от других; сконцентрируйся на качестве.

Рассматривая причины возникновения системы «таргет-костинг», следует обратить внимание на заметно изменившийся в последние десятилетия облик бизнеса. Сегодня одним из главных факторов успеха и конкурентоспособности компаний являются инновационные продукты.

*Система «таргет-костинг»* – это целостная концепция управления, поддерживающая стратегию снижения затрат и реализующая функции планирования производства новых продуктов, превентивного контроля издержек и калькулирования целевой себестоимости в соответствии с рыночными реалиями.

Уже много лет система «таргет-костинг» используется на производственных предприятиях, особенно в инновационных отраслях, где постоянно разрабатываются новые модели и виды продукции. Таргет-костинг используют приблизительно 80% крупных японских компаний (Toyota, Nissan, Sony, Matsushita, Nippon Denso, Daihatsu, Canon, NEC, Olympus, Komatsu и многие другие), а также значительная часть известных американских и европейских компаний (Daimler/Chrysler, ITT Automotive, Caterpillar, Procter & Gamble и др.), которые добиваются высокого качества и рентабельности своей продукции.

В принципе применение системы «таргет-костинг» технически не сложно, чтобы стать невозможным для отечественных предприятий. Главным условием для успешного внедрения этой системы в организации должно быть налажено четкое взаимодействие между подразделениями, коллективами и работниками. Коллектив должен быть единой командой.

Глобализация мировой экономики диктует требования к поиску альтернативных подходов оптимизации прибыли, в частности путем минимизации затрат. Развитие японской системы управления затратами не стоит на месте, ею была разработана методика кайдзен, которая стала ключом к конкурентоспособности Японии на мировом рынке.

Кайдзен переводится как «улучшение» (от «кай» – «изменение» и «дзен» – «хорошо») и традиционно употребляется для обозначения процесса непрерывного и постепенного улучшения, что становится возможным благодаря активному участию всех сотрудников в ведении хозяйственной деятельности компании. Таким образом, суть «кайдзен» – совершенствование.

Как отмечает профессор О.С. Виханский, компании, которые используют эту систему, повышают рентабельность и конкурентоспособность своего бизнеса, обходясь без существенных капиталовложений [6].

Кайдзен-костинг, как способ идентификации потерь и уменьшения затрат, тесно связан с системой планирования прибыли и базируется на определении отклонений фактически достигнутого сокращения затрат от запланированного. Суть метода в том, что улучшения осуществляются непрерывно, маленькими шагами и без значительных затрат на их реализацию. Целевые показатели снижения затрат при непрерывном совершенствовании устанавливаются и применяются ежемесячно. Анализ отклонений затрат заключается в сравнении их целевых показателей с фактическими. Нужно отметить, что при уменьшении последних базой считается фактическая себестоимость продукции за предыдущий период, а нормой целевого сокращения затрат – отношение запланированной суммы уменьшения к их базе.

В свою очередь, для реальной элиминации потерь настойчиво рекомендуется применение кайдзен-костинга в сочетании с японским подходом «точно в срок» (just-in-time system – JIT), который имеет цель «... постоянной погони за производительностью путем избежания отходов и потерь» [3]. Его нельзя назвать методом калькулирования себестоимости. Скорее всего, это

философия ведения бизнеса, которую стоит взять на вооружение в дополнение к уже существующей полноценной системе учета затрат.

Методика кайдзен еще недостаточно исследована учеными. На данной проблематике сосредотачивается внимание И.Г. Смирнова, Н.С. Ничитайловой и О.В. Садченко.

Несмотря на то, что логика кайдзен-калькулирования выглядит более прогрессивной, чем «таргет-костинг», противопоставлять эти методики не следует. Каждая из них призвана решать определенные конкретные задачи, и каждая из систем имеет свои преимущества и недостатки. Решение проблемы, по нашему мнению, – их интеграция, так как на это есть все основания.

Эти два метода преследуют одинаковую цель – достижение целевой себестоимости: таргет-костинг – на этапе проектирования нового продукта, кайдзен-костинг – на этапе производства продукции. Другими словами, кайдзен-калькулирование является своего рода продолжением таргет-костинга.

Выбор политики ценообразования является сложным процессом, требующим от предприятия целенаправленных усилий. Недооценка данной проблемы является для одних значительной *угрозой*, а для других – *возможностью*, что снижает конкурентоспособность первых в пользу вторых в их борьбе за потребителя.

Ценовая политика может, как увеличить прибыль в краткосрочной или долгосрочной перспективе в зависимости от целей предприятия, так и привести предприятие к банкротству. Поэтому разработка и реализация эффективной политики ценообразования должны стать приоритетными направлениями деятельности компании.

#### **Список литературы:**

1. Виханский О.С. Менеджмент, 2014 г.
2. Tanaka T. (1993). «Target costing at Toyota». Journal of Cost Management. Vol. 7. No. 1. Spring. P.
3. Hiromoto T. (1988). «Another hidden-Japanese Management Accounting». Harvard Business Review. July–August.

## РАЗВИТИЕ И УКРЕПЛЕНИЕ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ: 2012-2022 ГГ.

*Нижельская Татьяна Николаевна*

*студент*

*Владивостокского государственного университета,  
РФ, г. Владивосток*

*Юрченко Артём Владимирович*

*студент*

*Владивостокского государственного университета,  
РФ, г. Владивосток*

*Гриванов Роман Игоревич*

*научный руководитель, канд. полит. наук, доц.,  
Владивостокского государственного университета,  
РФ, г. Владивосток*

## DEVELOPMENT AND STRENGTHENING OF TRADE AND ECONOMIC COOPERATION BETWEEN THE RUSSIAN FEDERATION AND THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA: 2012-2022

### АННОТАЦИЯ

Для России одним из актуальных направлений международного сотрудничества является внешнеэкономическая деятельность, направленная на КНР. В последние десятилетия взаимоотношения с Китаем только укреплялись, на протяжении всего XXI века он является одним из крупнейших торгово-экономических партнёров РФ, особенно в последние годы, когда российская логистика сделала поворот с Европы на Азию, а потенциал российско-китайского взаимодействия очень высок.

### ABSTRACT

For Russia, one of the topical areas of international cooperation is foreign economic activity aimed at China. In recent decades, relations with China have only strengthened, throughout the 21st century it has been one of the largest trade and economic partners of the Russian Federation, especially in recent years, when Russian logistics has made a turn from Europe to Asia, and the potential for Russian-Chinese cooperation is very high.

**Ключевые слова:** Россия, Китай, торговое сотрудничество, инвестиции, экономические отношения, потенциал развития, международные организации.

**Keywords:** Russia, China, trade cooperation, investments, economic relations, development potential, international organizations.

На протяжении последнего десятилетия Российско-Китайские торгово-экономические отношения находятся на уровне устойчивого развития. Лидеры стран неоднократно заявляли о необходимости углубления партнерства по всем направлениям, а в особенности в сфере торговли. Ныне действующие правители Российской Федерации и Китайской Народной Республики, Владимир Путин и Си Цзиньпин, с момента прихода к власти провели уже более сорока очных встреч, на которых большое внимание всегда уделяется укреплению взаимовыгодного сотрудничества и росту товарооборота между государствами. Между Россией и Китаем заключен ряд соглашений в сфере торгово-экономического сотрудничества. Важно

отметить, что РФ и КНР также успешно взаимодействуют в рамках международных организаций и программ и намерены дальше укреплять партнерство в сфере торгово-экономических отношений как с партнерами по союзам, так и в рамках двухсторонних отношений.

В период 2012-2022 годов ускоренное наращивание торгово-экономического сотрудничества вошло в ряд основных задач российско-китайской политики. Основой для торгово-экономического сотрудничества, а также для партнерства в сфере инвестиций стало «Соглашение между Правительством РФ и Правительством КНР о поощрении и взаимной защите капиталовложений» от 9 апреля 2009 года N 54-ФЗ.

Основными направлениями торгово-экономического сотрудничества России и Китая стали торговля природными ресурсами и продуктами питания, а также взаимовыгодные инвестиции в инфраструктуру стран. Валютные операции с 2019 года стали выполняться на собственных валютах государств, что привело к сокращению использования доллара США, а доля юаня в двусторонних торговых расчетах между Китаем и Россией увеличилась с 3,1% в 2014 году до 17,9% в 2021 году [1].

Китай играет огромную роль в качестве поставщика товаров для России. По данным китайской таможенной статистики на 2012 год товарооборот России с КНР в 2012 г. составил 88 млрд. 158 млн. 035 тыс. долл., в т.ч. экспорт России в КНР – 44 млрд. 100 млн. 506 тыс. долл., импорт из КНР – 44 млрд. 057 млн. 529 тыс. долл. В указанном году РФ стала 9-м основным партнером Китая.[2] В 2015 году по данным ФТС товарооборот России и составил \$63.5 млрд. Основной товарооборот пришёлся на «Минеральные продукты» (31%), «Машины, оборудование и аппаратура» (29%), а в 2016 товарооборот составил \$63.7 млрд, где «Машины, оборудование и аппаратура» (34%), «Минеральные продукты» (26%).[3] Главными факторами спада торговых отношений в 2015-2016 гг. стали геополитическая напряженность, падение мировых цен на энергоносители и сырьевые товары [4].

К 2019 году ситуация стабилизировалась, а взаимодействие КНР и РФ в сфере торговли укрепилось, поэтому товарооборот на 2019 г. составил \$111.5 млрд., а в 2021 достиг рекордных \$146,88 млрд. Для сравнения показателей товарооборота между странами стоит отметить, что если в начале XXI века объем импорта товаров из Китая достигал 5% от общего объема, то уже к 2021 году прирост достиг 25%. Прирост экспорта за последние десятилетия также достигает высоких отметок с 6% до 15% к 2021 году. На 7 ноября 2022 года товарооборот составляет \$153,9 млрд, а по итогам 2022 года же рост товарооборота составит до 30% по словам первого замглавы ФТС России Руслана Давыдова. [5][6] Основными импортируемыми в Россию из Китая товарами являются электрические машины и оборудование, продукция химической промышленности, транспорт, металлы и пластмассы, а также продукты пищевой промышленности. Основными товарами экспорта из России являются минеральные продукты (нефть и нефтепродукты, руды, шлак и зола), а также газ, драгоценные камни и металлы, продукция лесопромышленного комплекса. Для более выгодного сотрудничества в 2015 году также было подписано «Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики об избежании двойного налогообложения и о предотвращении уклонения от налогообложения в отношении налогов на доходы».

В области инвестиций для КНР в РФ основными отраслями являются лесное хозяйство, энергетика, сфера услуг, торговля, связь, строительство, бытовая электротехника и разработка полезных ископаемых, капиталовложения производятся в такие объекты вложения, как Проект «Ямал-СПГ» у компании «Новатэк» (20 % акций, 810 млн. долл.), «Уралкалия» (12,5 % акций, 2 млрд долл.), Московская биржа (5,4 % акций, 100 млн. долл.), «Металлы Восточной Сибири» в Республике Бурятия (750 млн. долл.) [7].

Активно функционирует и принимает регулярные встречи глав правительств России и Китая созданная в 2014 г. Межправительственная Российско-Китайская комиссия по инвестиционному сотрудничеству, основными целями которой выделяют содействие реализации инвестиционных проектов в неэнергетической сфере, выявление и устранение барьеров при реализации совместных инвестиционных проектов, международное партнерство и увеличение интереса со стороны китайских компаний в участии в проектах с Российской Федерацией [8].

Немаловажным фактором является сотрудничество КНР и РФ в проекте «Один пояс - один путь», который предоставляет широкие возможности для привлечения новых инвестиций. Так, в 2014 году между странами был заключен договор, по которому на протяжении 30 лет Россия будет транспортировать в Китай 38 млрд. кубометров природного газа в год. А в период с 2016 по 2018 гг. Россия являлась крупнейшим поставщиком нефти в Китай. Также в условиях данной программы, Китай предоставляет России разработки в области инфраструктуры, помимо этого, был открыт скоростной поезд Китай-Европа, а на конец марта 2019 года общее число таких поездов насчитывало свыше 14 тысяч [9].

Стоит отметить, что взаимодействие России в рамках международных организаций, например, БРИКС также продолжает укрепляться. Компании обеих стран активно пользуются пространством, предоставляемым для углубления практического сотрудничества. БРИКС даёт возможность Китаю и России более тесно сотрудничать в сфере торговли, страны уже заключили ряд соглашений по энергетике [10].

Однако, следует не забывать о наличии недостатков в широком торгово-экономическом сотрудничестве КНР и РФ. Главными помехами в эффективном сотрудничестве являются несовершенное качество товара, экспортируемого из Китая, однородная товарная структура торговли (на экспорт из России обычно поставляются энергетические материалы, а на импорт идёт продукция лёгкой промышленности), недостаточный уровень развития торговых режимов и кризис на фоне пандемии в 2019-2022 гг. [11]

Несмотря на существующие проблемы, потенциал развития торгово-экономических отношений остаётся велик. На Российско-Китайском саммите в Пекине в феврале 2022 года была принята Дорожная карта по высококачественному развитию российско-китайской торговли товарами и услугами, ставшая основой для увеличения экономических связей российских компаний с китайскими партнёрами. В Плате указано, что объём экспорта товаров и услуг в КНР должен достичь 107 млрд. долл. США. Кроме того, существенным пунктом является расширение Экономического пояса Шёлкового пути, построение мощной инфраструктуры для укрепления торгового коридора через страны Центральной Азии. Преимуществом для России станет расширение транспортного потока, усиление связанности внутриконтинентальных государств, что позволит ускорить и удешевить импортно-экспортные поставки между КНР и РФ [12].

Исходя из всего вышесказанного, между Китаем и Россией сложились крепкие отношения в торгово-экономическом направлении, страны готовы развивать сотрудничество и помогать друг другу, увеличивать обороты импорта и экспорта. Несмотря на возникающие трудности на пути партнёрства, страны продолжают вкладываться в расширяющееся пространство торгово-экономического взаимодействия и достигать потенциальных, предполагаемых данных.

### Список литературы:

1. Китай нарастит расчеты в нацвалютах в торговле с Россией, заявил посол // РИА Новости URL: <https://ria.ru/20220812/kitay-1809227762.html> (дата обращения: 11.01.2023).
2. Обзор российско-китайской торговли 2012 года // Торговое представительство Российской Федерации в Китайской Народной Республике URL: [http://www.russchinatrade.ru/assets/files/ru-ru-cn-coop/ru\\_ch\\_trade\\_2012.pdf](http://www.russchinatrade.ru/assets/files/ru-ru-cn-coop/ru_ch_trade_2012.pdf) (дата обращения: 09.01.2023).
3. Товарооборот России и Китая 2015-2020 // Экспорт и импорт России по товарам и странам URL: <https://ru-stat.com/date-Y2015-2020/RU/trade/CN> (дата обращения: 09.01.2023).
4. Полещенко Д.В., Слободяник В.В. Российско-китайские внешнеторговые отношения в условиях санкций // Российский внешнеэкономический вестник. - 2022. - № 3. - С. 96.
5. ФТС оценила товарооборот России и Китая по итогам 2022 года // РИА Новости URL: <https://ria.ru/20221230/torgovlya-1842374069.html> (дата обращения: 11.01.2022).
6. Торговля России с Китаем досрочно установила новый годовой рекорд // РБК URL: <https://www.rbc.ru/economics/07/11/2022/6368c0209a7947cd28bf0605> (дата обращения: 12.01.2022).

7. Ганеева К.В., Тулуева Ч.Э. Торгово-экономическое сотрудничество России и Китая // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. - 2016. - №7. - С. 440-443.
8. Межправительственная Российско-Китайская комиссия по инвестиционному сотрудничеству // ВЭБ.РФ URL: <https://вэб.рф/o-banke/mezhdunarodnoye-sotrudnichestvo/mpk/> (дата обращения: 12.01.2023).
9. Грошева Е.К., Сюецяо Фань Анализ Состояния Китайско-Российского Торгового Сотрудничества В Рамках Предложения «Один Пояс, Один Путь» // Бизнес-образование в экономике знаний. - 2021. - № 1. – С. 31-33.
10. Лю Сяолэ Торгово-экономическое сотрудничество России и Китая в рамках БРИКС // Международные отношения: история, теория, практика. - Минск: Белорусский государственный университет, 2022. - С. 571-576.
11. Дондокова Е.Б., Ли Сюй Перспективы торгово-экономического сотрудничества России и Китая // Экономический вестник Восточно-Сибирского государственного университета технологий и управления. - 2020. - №1 (9) . - С. 43-48.
12. Торговые отношения России и Китая: потенциал роста Информационно-аналитический дайджест / Фесенко Р.С., Цуцкарева А.А. , Тангаева А.В. и др. Исследовательский центр Международная торговля и интеграция (ИТИ), 2022. - 22 с.

*ДЛЯ ЗАМЕТОК*

# «СТУДЕНЧЕСКИЙ ВЕСТНИК»

*Научный журнал*

№ 3(242)  
Январь 2023

Часть 4

В авторской редакции  
Мнение авторов может не совпадать с позицией редакции

Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 68051 от 13.12.2016 г.

Издательство «Интернаука»  
123182, г. Москва, ул. Академика Бочвара, д. 5, корпус. 2, к. 115  
E-mail: [mail@internauka.org](mailto:mail@internauka.org)

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного  
оригинал-макета в типографии «Allprint»  
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 3

16+





Свидетельство о регистрации СМИ:  
ЭЛ № ФС77-68051 от 13 декабря 2016