

ГУМАНИТАРНЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ИНСТИТУТ «НАЦРАЗВИТИЕ»

№2(2) Ноябрь 2021

НАЦРАЗВИТИЕ. НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

ПЕРИОДИЧЕСКОЕ ПЕЧАТНОЕ ИЗДАНИЕ



ГНИИ «НАЦРАЗВИТИЕ»
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
2021



«НАЦРАЗВИТИЕ.
НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ»
НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
Выходит 1 раз в месяц
№2(2) Ноябрь 2021

ISSN: 2782-3075
DOI: 10.37539/2782-3075.2021.2.2.001

НЗ4 Нацразвитие. Наука и образование. –
№ 2(2). СПб., Изд. ГНИИ «Нацразвитие»,
Ноябрь 2021. – 28 с.

Общероссийский печатный научный журнал, публикующий результаты фундаментальных, поисковых и прикладных исследований, выполненных по различным направлениям в сфере науки и образования.

Целевая аудитория издания – сообщество исследователей и практиков научных институтов, лабораторий, учреждений образования, органов управления, соискатели ученой степени, студенчество.

Редакционная коллегия

Главный редактор журнала – Викторенкова С.В., заместитель главного редактора – Романов П.И., заведующий редакцией – Павлов Л.А., член редакционной коллегии – Поздеева Н.С., член редакционной коллегии – Эльзесер Ю.Ф., член редакционной коллегии – Игнатьева М.Ю., ответственный секретарь – Романова Е.П.

Журнал
издается с 2021 года

Учредитель:

ЧНОУДПО Гуманитарный национальный
исследовательский институт
«НАЦРАЗВИТИЕ»

Адрес редакции, издателя и типографии:

197348, г. Санкт-Петербург,
Коломяжский пр-т, д. 18, лит. А
тел. (812) 905-29-09
<http://natsrazvitie.ru>
info@natsrazvitie.ru

Полнотекстовая версия журнала

размещается на сайте:
[http://natsrazvitie.ru/nauchnyy_
zhurnal_nauka_i_obrazovanie/](http://natsrazvitie.ru/nauchnyy_zhurnal_nauka_i_obrazovanie/)



Выходные данные:

ГНИИ «НАЦРАЗВИТИЕ»
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
2021

Выпускные данные:

Свидетельство о регистрации средства массовой информации *ПИ № ФС77-80687 от 29 марта 2021 г.* выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзором)

Подписано в печать с оригинал-макета 14.11.2021. Формат 60x84 1/8. Печать цифровая. Гарнитура Times New Roman. Усл. печ. л. 1,9. Тираж 100 экз. Заказ № 20213. Отпечатано в типографии ЧНОУДПО ГНИИ «Нацразвитие»

© ЧНОУДПО ГНИИ «Нацразвитие», 2021

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ПЕЧАТНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «НАЦРАЗВИТИЕ. НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ»

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Романов П.И.

О сопряжении сфер образования и труда.....4

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Гродская Г.Н., Горбачёв Н.А.

Кластерный подход в инновационном развитии региона.....9

Затонская И.В., Татулян Д.С.

Анализ состояния промышленности ЮФО
в условиях смешанной рыночной экономики.....11

Новак Л.В., Патрушева Н.А.

Фирменный стиль как элемент коммуникационной политики организации.....16

Патрушева Н.А.

Комплекс маркетинговых коммуникаций в строительстве энергообъектов.....19

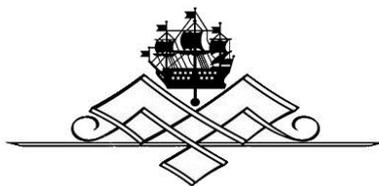
ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ

Аджимагомедова С.К., Турилов Г.Г.

Проблемы применения современных технологий в уголовном судопроизводстве.....22

Байрамукова К.Х.

Характеристика правового статуса субъектов туристской деятельности.....24



НО РАЗДЕЛ. ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 37

Романов Павел Иванович,

доктор технических наук, профессор, ответственный секретарь Координационного совета Министерства науки и высшего образования Российской Федерации по области образования «Инженерное дело, технологии и технические науки»; директор Научно-методического центра Координационного совета федеральных учебно-методических объединений по области образования «Инженерное дело», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург

Romanov Pavel Ivanovich,

Ministries of Science and Higher Education Of the Russian Federation in the field of education «Engineering, technology and technical sciences»; Scientific and Methodological Center Coordinating Council of Federal educational and methodical associations in the field of education «Engineering», Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint-Petersburg

О СОПРЯЖЕНИИ СФЕР ОБРАЗОВАНИЯ И ТРУДА HARMONIZATION OF EDUCATION AND LABOR

Аннотация: в статье рассматриваются проблемы подготовки и подбора профессиональных кадров, у которых знания, умения и компетенции, уровень квалификации наиболее точно соответствуют требованиям производства.

Abstract: the article deals with the problems of training and selection of professional personnel, whose knowledge, skills and competencies, qualification level most accurately meet the requirements of production.

Ключевые слова: профессиональные кадры, гармонизация сферы труда и образования, государственная политика в области профессионального образования.

Keywords: professional personnel, harmonization of the sphere of labor and education, state policy in the field of vocational education.

Проблемы подготовки и подбора профессиональных кадров, у которых знания, умения и компетенции, уровень квалификации наиболее точно соответствуют требованиям производства, сохраняют актуальность уже не один десяток лет. В последние годы в России реализован ряд мер, направленных на гармонизацию сферы труда и сферы образования. Работодатели получили реальную возможность участвовать в формировании и осуществлении государственной политики в области профессионального образования. И сегодня стоит задача создания и отработки конструктивных механизмов, повышающих эффективность и снижающих издержки (временные, финансовые, человеческие и др.) процесса подготовки и использования профессиональных кадров. Одним из направлений деятельности на этом пути является обеспечение «сопряжения» нормативных документов, регулирующих вопросы квалификаций в сфере труда (профессиональные стандарты, квалификационные справочники и др.) и в сфере образования (федеральные государственные образовательные стандарты высшего профессионального образования, основные образовательные программы высшего профессионального образования).

Более 10 лет назад Федеральный закон Российской Федерации от 01 декабря 2007 г. № 307-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях предоставления объединениям работодателей права участвовать в разра-

ботке и реализации государственной политики в области профессионального образования» закрепил как необходимое условие учет требований работодателей при разработке федеральных государственных образовательных стандартов профессионального образования нового поколения. Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 декабря 2008 г. № 1015 были утверждены Правила участия объединений работодателей в разработке и реализации государственной политики в области профессионального образования, направленные на гармонизацию сфер образования и труда.

Дальнейшее развитие гармонизации этих сфер связано с инициативой Президента Российской Федерации по созданию Национальной системы компетенций и квалификаций (далее – НСКК) в России, получившей существенное нормативное продвижение и институциональное оформление в 2012 г. В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 07 мая 2012 г. № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики» постановлялось: Правительству Российской Федерации:

- подготовить и внести до 1 сентября 2012 г. в Государственную Думу Федерального Собрания Российской Федерации проект федерального закона о внесении в законодательство Российской Федерации изменений, касающихся разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов;

- утвердить до 01 декабря 2012 г. план разработки профессиональных стандартов;
- разработать к 2015 г. и утвердить не менее 800 профессиональных стандартов.

Можно говорить о том, что майские указы Президента России 2012 г. дали старт формированию государственной политики по развитию Национальной системы компетенций и квалификаций. Они положили основу создания нормативных и организационных условий для развития системы профессиональных стандартов как альтернативы существующей системе документов, регламентирующих рынок труда. Национальная система квалификаций включает в себя ряд важнейших элементов, ключевыми из которых являются профессиональные стандарты, так называемая национальная рамка квалификаций (в Российской Федерации нормативно закреплён термин «Уровни квалификаций»), система независимой оценки и признания квалификаций, новые перечни и классификаторы, механизмы общественно-государственной аккредитации программ и пр. [1].

В процессе становления Национальной системы компетенций и квалификаций решается ряд проблем:

- обеспечение необходимого качества трудовых ресурсов и оптимизация кадрового обеспечения за счет введения новых механизмов и частно-государственного партнерства;
- реализация механизмов практического влияния работодателей на качество подготовки специалистов;
- организация гибкой, разнообразной по уровням и формам системы непрерывного образования в образовательном пространстве;
- создание единых механизмов признания квалификаций, основанных на системе уровней квалификаций.

Во исполнение майских указов Президента России Постановлением Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. № 23 «О правилах разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов» разрабатывать профессиональные стандарты предлагается объединениям работодателей, работодателям, профессиональным сообществам, саморегулируемым организациям и иным некоммерческим организациям с участием образовательных организаций профессионального образования и других заинтересованных организаций. Этим постановлением закреплялась ведущая роль и ответственность профессиональных сообществ при формировании квалификационных требований к работникам в целях максимального соответствия уровня профессионализма трудовых ресурсов задачам развивающегося производства. Профессиональные стандарты при этом могут иметь несколько уровней (национальный, отраслевой, корпоративный), отличающихся степенью обобщенности и учетом специфики конкретных производств.

9 декабря 2013 г. Президент России провел совещание по вопросу разработки профессиональных стандартов. На этом совещании В.В. Путин особо отметил, что: «Профстандарты только тогда будут работать на создание качественной экономики, если

станут составной частью целостной системы национальных квалификаций. Она должна включать несколько ключевых элементов: это собственно профессиональные стандарты и отраслевые квалификационные требования, а также образовательные стандарты.

Профстандарты должны стать подлинным ориентиром для системы профессионального образования, обязательным – и хочу это подчеркнуть – при разработке образовательных программ наших вузов, лицеев и колледжей. Эту задачу нужно решать уже сейчас, иначе профстандарты попросту не будут работать. Естественно, понятно, как они будут работать, если они не будут готовиться в образовательной сфере».

По итогам этого совещания Президент России подписал ряд поручений Правительству России, среди которых два непосредственно посвящены гармонизации сфер образования и труда:

Поручение Пр-3050, п. 2: «Правительству Российской Федерации подготовить и внести в Государственную Думу Федерального Собрания Российской Федерации проекты федеральных законов, предусматривающие:

- обязательность применения профессиональных стандартов работодателями – государственными и муниципальными организациями, а также организациями, контрольный пакет акций которых принадлежит Российской Федерации, субъекту Российской Федерации или муниципальному образованию;

- обязательный учет положений профессиональных стандартов при формировании федеральных государственных образовательных стандартов профессионального образования».

Поручение Пр-3050, п. 3: «Правительству Российской Федерации обеспечить актуализацию федеральных государственных образовательных стандартов и профессиональных образовательных программ с учетом принимаемых профессиональных стандартов, а также формирование организационных механизмов проведения профессионально-общественной аккредитации образовательных программ».

Дальнейшим развитием Национальной системы компетенций и квалификаций стало Распоряжение Правительства РФ от 31 марта 2014 г. № 487-р «О комплексном плане мероприятий по разработке профессиональных стандартов, их независимой профессионально-общественной экспертизе и применению на 2014-2016 гг.». В соответствии с этим распоряжением Минтруду России, Минобрнауки России и другим заинтересованным сторонам было поручено в том числе:

- создать Национальный совет профессиональных квалификаций при Президенте Российской Федерации;

- провести работу по совершенствованию нормативной правовой базы, регламентирующей разработку профессиональных стандартов и их применение;

- подготовить предложения о поэтапной замене Единого тарифно-квалификационного справочника работ и профессий рабочих, Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих на профессиональные стандарты, утвержденные в установленном порядке.

Национальный совет при Президенте Российской Федерации по профессиональным квалификациям был создан в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 16 апреля 2014 г. № 249 и стал органом, консолидирующим усилия работодателей, профсоюзных организаций и органов государственной власти для решения вопросов развития национальной системы квалификаций.

Важным этапом в развитии национальной системы квалификаций, гармонизации сфер образования и труда и выполнения поручения Президента Российской Федерации от 26 декабря 2013 г. № Пр-3050 стал Федеральный закон от 02 мая 2015 г. № 122-ФЗ «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации и статьи 11 и 73 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации». В соответствии со статьей 2 этого закона были внесены в Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» следующие изменения:

«1) часть 7 статьи 11 изложить в следующей редакции:

Формирование требований федеральных государственных образовательных стандартов профессионального образования к результатам освоения основных образовательных программ профессионального образования в части профессиональной компетенции осуществляется на основе соответствующих профессиональных стандартов (при наличии)».

В соответствии с поручением Президента Российской Федерации от 26 декабря 2013 г. № Пр-3050, а также в целях выполнения Федерального закона от 02 мая 2015 г. № 122-ФЗ, Минобрнауки России совместно координационными советами по областям образования, федеральными учебно-методическими объединениями в системе высшего образования по укрупненным группам специальностей и направлений подготовки организован процесс актуализации федеральных государственных образовательных стандартов на основе профессиональных стандартов.

В рамках этого процесса изменен макет и структура ФГОС высшего образования уровней бакалавриат, специалитет, магистратура, в том числе и не сопрягающихся с утвержденными профессиональными стандартами. Созданная в рамках процесса актуализации нормативная рамка формирования содержания высшего образования предусматривает рамочный характер ФГОС и усиление статуса примерных основных образовательных программ (далее – ПООП). В ФГОС введены отсылочные нормы, и некоторые элементы ПООП (в части результатов освоения образовательных программ) являются обязательными для учета при проектировании основных профессиональных образовательных программ образовательными организациями высшего образования.

На тот момент ФГОС и ПООП представляли собой неразрывный комплекс документов, регламентирующих требования к результатам высшего образования и являлись основой проектирования основных профессиональных образовательных программ образовательными организациями высшего образования.

Внедрение новой нормативной рамки требовало разработки механизмов проектирования и реализации на основе требований рынка труда основных профессиональных образовательных программ высшего образования (по уровням образования бакалавриат, магистратура, специалитет) с учетом специфики областей образования и будущей сферы профессиональной деятельности выпускников.

В область образования «Инженерное дело, технологии и технические науки» входит 23 укрупненные группы специальностей и направлений подготовки высшего образования, 216 ФГОС по специальностям и направлениям подготовки уровней бакалавриат, специалитет, магистратура. ФГОС по области образования «Инженерное дело, технологии и технические науки» сопряжены с более чем 300 профессиональными стандартами. При этом очень важно, что в условиях перехода к экономике нового технологического уклада – цифровой экономике, образовательные организации и работодатели должны стать активными участниками процесса гармонизации сферы труда и образования на всех его этапах [2].

В целях обеспечения единства подходов к проектированию основных профессиональных образовательных программ высшего образования, относящихся к различным областям образования, Минобрнауки России в 2018 году представило в качестве рекомендаций для использования в системе высшего образования проект Модели проектирования основных профессиональных образовательных программ высшего образования на основе требований рынка труда. Данный проект модели проектирования разработан Московским политехническим университетом. Модель проектирования ОПОП являлось методическим материалом для образовательных организаций по разработке ОПОП на основе утвержденных ФГОС 3++, ПООП, профессиональных стандартов и являлась составной частью механизмов проектирования ОПОП. Созданная в последние годы в России система гармонизации интересов сферы труда и сферы образования предоставляет образовательным организациям возможности активного участия в процессе гармонизации этих сфер на всех его стадиях. Причем, чем большее количество образовательных организаций и работодателей будет активно сотрудничать в процессе разработки, согласования и утверждения ФГОС, профессиональных стандартов и ОПОП, тем более качественными получатся эти документы, что станет основой для взаиморазвития сфер образования и труда [3].

Опыт использования системы профессиональных стандартов и сопряжения их с ФГОС показал высокую волатильность системы и необходимость практически непрерывного обновления текста ФГОС. Поэтому, Федеральный закон от 26.05.2021 № 144-ФЗ отменил необходимость сопряжения ФГОС высшего образования с профессиональными стандартами и перенес это сопряжение на уровень образовательных программ вузов. Этот же федеральный закон отменил в высшем образовании примерные программы.

В новых условиях ответственность вузов за сопряжение основных образовательных программ с профессиональными стандартами резко возрастает. Это требует существенной доработки методических рекомендаций, в том числе и описанной выше «Модели проектирования основных профессиональных образовательных программ высшего образования на основе требований рынка труда».

Список литературы:

1. Профессиональные стандарты в России: современное состояние вопроса, возможности применения / Под общ. ред. В.В. Федотовой. – Екатеринбург: УрФУ, 2013. – 51 с.
2. Стратегия развития инженерного образования в Российской Федерации на период до 2020 года. Проект. А.И. Рудской, А.А. Александров, П.С. Чубик, А.И. Боровков, П.И. Романов – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – 51 с.
3. Основные профессиональные образовательные программы высшего образования. Механизмы проектирования и реализации на основе требований рынка труда. Область образования «Инженерное дело, технологии и технические науки». А.И. Рудской, П.С. Чубик, А.И. Боровков, П.И. Романов. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018 – 124 с.



Гродская Галина Николаевна, к.э.н., доцент,
Самарский государственный экономический университет, г. Самара
Grodskaya Galina Nikolaevna, Samara state university of economics, Samara

Горбачёв Никита Александрович,
Самарский государственный экономический университет, г. Самара
Gorbachev Nikita Aleksandrovich, Samara state university of economics, Samara

КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА
CLUSTER APPROACH IN THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE REGION

Аннотация: в статье обосновывается предпочтительность кластерного подхода в инновационном развитии региональных социально-экономических систем: рассматриваются его преимущества и стимулирующие факторы развития кластеров, подчеркивается синергетический эффект, влияющий на эффективность деятельности территории.

Abstract: the article substantiates the preference of the cluster approach in the innovative development of regional socio-economic systems: it examines its advantages and stimulating factors for the development of clusters, emphasizes the synergistic effect that affects the efficiency of the territory.

Ключевые слова: кластерный подход, инновационное развитие, синергетический эффект, региональная экономика.

Keywords: cluster approach, innovative development, synergetic effect, regional economy.

Основой устойчивого развития российской экономики выступают эффективные меры государства и бизнеса, способствующие реализации инновационных процессов на макро- и мезо-уровнях. В значительной степени достижение поставленной задачи возможно на базе развития инновационных территориальных кластеров.

Понимание сущности термина кластера требует обращения к трудам М. Портера, изначально определившего данное понятие. В своих работах он представил нижеследующую характеристику:

Кластер или промышленная группа – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга [5].

Территориальные кластеры являются предпочтительными в силу следующих обстоятельств:

Во-первых, предприятия кластера имеют дополнительные конкурентные преимущества за счет возможности осуществлять внутреннюю специализацию и стандартизацию, минимизировать затраты на внедрение инноваций.

Во-вторых, территориальные кластеры позволяют эффективно распространять новые технологии, знания, продукцию, которые опираются на совместную научную базу.

В-третьих, малые предприятия, включенные в систему подобных кластеров формируют инновационные точки роста экономики региона.

В-четвертых, региональные промышленные кластеры чрезвычайно важны для развития малого предпринимательства: они обеспечивают малым фирмам высокую степень специализации при обслуживании конкретной предпринимательской ниши, так как при этом облегчен доступ к капиталу промышленного предприятия, а также активно происходит обмен идеями и передача знаний от специалистов к предпринимателям [6].

Следовательно, интеграционные процессы на региональном уровне, проводятся с помощью создания кластеров – систем компаний по производству однородной продукции и обслуживающих их организаций, обладающих общим территориальным расположением, конкурирующих и взаимодополняющих друг друга.

Вне зависимости от формы, глубины и территориального охвата, кластеры образуют ядро влияния на конкурентоспособность региона и являются центрами их инновационного развития. Несравненное преимущество кластеризации на региональном уровне выражается в синергетическом эффекте – активизации эффективной деятельности в следствие интеграции, слиянии отдельных частей в единую систему за счет так называемого системного эффекта [3].

В современном мире представлено множество разных факторов, которые могут стимулировать создание и развитие территориальных инновационных кластеров:

- формирование рынка высококвалифицированного труда;
- эффективная специализация и обоснованный спрос на инновационную продукцию;
- возможность учета предшествующего социально-экономического развития региона, ведущая к формированию кластера на какой-то определенной территории;
- особенности местной культуры;
- обмен идеями или передача знаний;
- целенаправленные действия органов государственной власти;
- природные особенности размещения.

Для различных государств, в мировой практике характерны различные комбинации представленных выше факторов [2,4].

В зависимости от этапа жизненного цикла, на котором в данный конкретный момент находится кластер, может варьироваться степень важности рассмотренных факторов. При формировании территориального кластера одни факторы могут играть гораздо большую роль, при этом, на этапе упадка они могут оказаться абсолютно незначительными, и наоборот.

Следует отметить целесообразность использования проектной теории управления в кластерном развитии, что позволит осуществлять эффективную поддержку реализации инновационных проектов в кластерных структурах в рамках стратегий инновационного развития РФ и её субъектов [1].

В современных условиях на инновационное развитие практически любого территориального кластера оказывает существенное влияние именно проектная деятельность, являясь инструментом такого развития как извне, со стороны государства, в форме стратегий социально-экономического развития регионов, в которые входят кластеры, так и изнутри – в форме проектов самих предприятий, входящих в состав каждого конкретного кластера.

Список литературы:

1. Горбачева Н. В. Финансирование инновационных проектов в условиях модернизации экономики России // Социально-экономическое пространство России: инновации и современность: сб. тез. док. Всероссийская научно-практическая конференция молодых ученых, 10–12 ноября 2010 г. / ИЭОПП СО РАН. Новосибирск: Альфа-порте, 2010. С. 88-90.
2. Дранев Я. Н. Кластерный подход к экономическому развитию территорий/ Практика экономического развития территорий: опыт ЕС и России. М.: «Сканрус», 2001. 27 с.
3. Жаркова Е. С. Экономические теории размещения производства: от штандорта к кластерам // Вестник СПбГУ. 2011. Сер. 5. Вып.1. С. 145-150.
4. Куценко Е., статья для журнала Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», 2013 год, [Электронный ресурс] URL: <https://issek.hse.ru/news/84942058.html>
5. Портер М. Э. Конкуренция: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. 598 с.
6. Романова О. А., Макаров А. В. Формирование промышленного кластера в экономике крупнейшего города. М., 2008. С. 65.

Затонская Ирина Васильевна, старший преподаватель,
Кубанский государственный аграрный университет, г. Краснодар
Zatonskaya Irina Vasilievna, Kuban State Agrarian University, Krasnodar

Татулян Давид Сергеевич,
Кубанский государственный аграрный университет, г. Краснодар
Tatulyan David Sergeevich, Kuban State Agrarian University, Krasnodar

**АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ЮФО
В УСЛОВИЯХ СМЕШАННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ
ANALYSIS OF THE STATE OF INDUSTRY OF THE SOUTHERN FD
IN THE CONDITIONS OF A MIXED MARKET ECONOMY**

Аннотация: статья посвящена изучению экономических показателей в промышленном секторе юга России. В ходе работы был использован метод интегральной оценки показателей, что позволило выявить сильные и слабые стороны каждого региона. В завершающей части даны рекомендации по улучшению экономических показателей субъектов ЮФО.

Absrract: the article is devoted to the study of economic indicators in the industrial sector of the south of Russia. In the course of the work, the method of integral assessment of indicators was used, which made it possible to identify the strengths and weaknesses of each region. In the final part, recommendations are given for improving the economic indicators of the subjects of the Southern Federal District.

Ключевые слова: развитие производства, экономика, анализ промышленности, конкурентоспособность.

Keywords: production development, economics, industry analysis, competitiveness.

Когда речь заходит про реформирование и улучшение той или иной сферы жизни общества, все доводы почти неизменно сводятся к экономическим вопросам и в частности к вопросу производства материальных и духовных благ. Во многом именно этой целью руководствуется подавляющее большинство экономических субъектов, включая различные ТНК и государство, и именно с увеличением или, наоборот, недостатком объемов производства предметов пользования связаны многие перипетии истории. Поэтому разрешение экономических проблем будет означать решение массы бытовых проблем каждого отдельно взятого человека. А с учетом постоянно увеличивающихся потребностей можно смело утверждать, что интерес и актуальность вопроса не упадет никогда.

Сегодня производство благ существует в рамках смешанной экономики, что означает доминанту рыночных механизмов регулирования спроса и предложения, однако там, где частный бизнес не справляется, «на сцену» выходит государство и методом льгот, субсидий, налогов, заказов и проч. направляет всю экономику в нужное русло. Такое устройство позволило избежать ряд недостатков в двух других системах – чистый рынок и государственный капитализм, однако и здесь не обошлось без недочетов: подобно любой другой капиталистической системе, существующая не лишена кризисов и связанных с этим прочих проблем, вроде инфляции или безработицы. Принято считать, что таким образом экономика самоочищается от неэффективных субъектов экономических отношений, но если этот процесс затягивается на многие годы, а порой и десятилетия, то необходимо принимать соответствующие меры.

Промышленное производство является неотъемлемой частью как экономики в целом, так и жизни каждого человека в частности, поскольку позволяет создавать предметы потребления разной направленности. Смешанная рыночная экономика примечательна тем, что стимулирует деятельность экономических агентов как рыночными, так и государственными методами, стремясь воплотить в себе лучшие черты от разных экономических систем.

Предприятия, втиснутые в рамки конкуренции, вынуждены искать разные способы повышения качества продукции и сокращения издержек. Особенно интересной представляется ситуация в странах с переходным типом экономики, таких как стран СНГ и Российская Федерация в частности, поскольку «перестройка» всей хозяйственной жизни несет за собой как большие риски, так и немалые возможности. И поскольку рассматривать общероссийские показатели имеет мало смысла в силу большой усредненности, за основы были взяты данные в сфере промышленности Южного Федерального округа. При помощи интегральной оценки были определены сильные и слабые стороны каждого из исследуемых объектов. Это позволило предложить два возможных варианта улучшения показателей. Первый заключается в дерегулировании экономики. Для этого необходим благоприятный инвестиционный климат, который складывается, в том числе, и за счет работающих институтов собственности, что на практике означает уважение и неприкосновенность частной собственности. Так же немаловажно умеренное сокращение налогов и требуемой отчетной документации. Другой путь, Кейнсианский, наоборот, сводится к повышенному участию государства в экономике. Современные способы поддержки предприятий сильно «теряют в весе» на фоне пандемии, из-за чего налоговые каникулы, льготы, субсидии и прочее должны быть серьезно увеличены. Академик С. Глазьев считает, что серьезно сниженная кредитная ставка заметно подстегнет бизнес. Само производство изначально должно быть нацелено не только на внутренние, но и на внешние рынки, чтобы сразу иметь стимул создания качественной и конкурентоспособной продукции.

В рамках российской экономики имеет смысл рассматривать экономику каждого отдельно взятого региона, поскольку, при всей глубине взаимосвязей, сохраняется определенная специализация, как, например, у Ямало-Ненецкого АО, отличающегося добычей углеводородов. Однако в рамках исследования мы будем рассматривать Южный Федеральный округ, так как он обладает высокой перспективой развития за счет относительно высоких показателей инвестиций.

Одной из главных особенностей ЮФО заключается в его уклоне в сторону сельского хозяйства, что неизбежно влияет на промышленность. Отсюда ощутимое влияние пищеперерабатывающего производства. Несмотря на это региональные власти стремятся создать благоприятный инвестиционный климат для разных видов промышленности, тем самым сохраняя общероссийский тренд диверсификации производства. В целом в регионах наблюдается положительная динамика, однако требуется более детальный разбор показателей для выявления точечных проблем.

Несмотря на доминанту сельского хозяйства, промышленное производство является одной из основных видов хозяйственной деятельности. Оно позволяет создавать средства производства для всех прочих сфер экономики. Обратимся к данным Южного Федерального округа для более детального рассмотрения вопроса.

Совокупный оборот всех организаций ЮФО на 2019 год равнялся 13,9 трлн. рублей, что на 8,6% больше прошлого года. Уровень промышленного производства так же вырос на 2,9% в сферах добычи ископаемых, обработки сырья, обеспечения электроэнергией, водоснабжения, мусоропереработки. В то же время стоимость товаров промышленного производства поднялась на 0,9%. Объемы сельхоз продукции выросли на 7,1%, что повлекло снижение цен на продукцию данной сферы на 2,9%. В совокупности это повлекло за собой рост розничной торговли на 1,7% и в номинальных значениях он достиг 3486,5 млрд рублей, тогда как на душу населения этот показатель стал равен 212 тыс.рублей. Оптовый рынок при этом достиг отметки в 4,2 трлн рублей, увеличившись на 6,9%.

Торговое сальдо на внешнем рынке составило положительное значение в 6,9 млрд долларов США (экспорт – 12,9 млрд долларов США, импорт – 6,0 млрд долларов США), что является 3,9% от совокупного российского оборота.

Отметим, что в любой области промышленности одним из главных приоритетов является повышение производительности труда как способ увеличения выпуска товаров. На сегодняшний день вопрос повышения объемов выпуска продукции стал одним из главных. Существует два способа увеличения производства: интенсивный и экстенсивный.

Экстенсивный промышленный рост напрямую зависит от количества используемых факторов производства – в первую очередь ресурсов. При прочих равных, перерабатывая больше сырья и задействовав для этого пропорционально большее число работников можно закономерно повысить объем выпуска продукции.

Интенсивный рост связан с технологическим прогрессом. Организация НИОКР и разработка новых способов производства ведет к технологическому прогрессу и росту производительности труда, а значит и объемов выпуска.

В силу недостаточного количества данных за 2020 и тем более 2021 года, воспользуемся данными за 2010, 2015 и 2019 года для отслеживания динамики.

Таблица 1

Показатели уровня промышленности ЮФО

	Республика Адыгея	Республика Калмыкия	Краснодарский край	Астраханская область	Волгоградская область	Ростовская область	год
Валовой региональный продукт:	47194,5	46680,6	1028,3	218994,5	715409,6	1107,85	2010
	84306	51958,5	1933,5	322303	740458	1189,1	2015
	116012,4	76728	2461,6	602725	799372,865	1527,8	2019
на душу населения, рублей	107297,5	165949,9	196914	143388,8	279101,4	154127,9	2010
	187211,1	185798,9	352601	315996,9	290186	280522	2015
	258090,4	240454,5	434826	596388,2	318837,115	389933,4	2019
Добыча полезных ископаемых	705	1527	17080	22508	29847	13623	2010
	2078	1289	26723	125060	48094	24023	2015
	3710	1051	64341	339168	58875	34041	2019
Обрабатывающие производства	18125	1131	341187	40938	384317	351699	2010
	43280	1007	831085	61014	633926	643735	2015
	50080	695	967479	76915	905403	873735	2019
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	18125	1131	341187	40938	384317	351699	2010
	43280	1007	831085	61014	633926	643735	2015
	50080	695	967479	76915	905403	873735	2019
Оборот оптовой торговли - всего	14 724,8	1 627,7	63 713,0	40 754,6	246 230,2	645 500,9	2010
	46 788,3	3 218,3	129 938,3	85 774,9	539 276,6	139 912,5	2015
	55 378,1	4 881,2	209 662,5	111 789,9	629 692,9	188 184,8	2019
в том числе организаций оптовой торговли	13 037,7	1 066,8	51 475,1	33 979,9	203 361,4	54 551,3	2010
	29 521,8	3 037,7	105 702,0	73 701,8	374 478,0	120 757,2	2015
	38 489,3	4 478,9	176 385,6	99 012,7	530 773,4	154 251,8	2019
Инвестиции в основной капитал по субъектам	14036	6970	58962	59863	78431	159038	2010
	15756	16605	586903	113169	200191	309436	2015
	43353	15850	477635	104280	186268	284152	2019

Для поддержания положительной динамики необходимо увеличивать капиталовложения. Однако на практике объем инвестиций в основные фонды сократился на 14,7% и составил 1319 млрд рублей, при этом в общероссийских масштабах это составило 6,8% из которых собственных средств чуть меньше половины. Итого совокупный консолидированный бюджет ЮФО является профицитным (30,3 млрд руб.).

Для осуществления сравнения различных показателей воспользуемся методом интегральной оценки, осуществление которого состоит из нескольких этапов:

Этап 1. Сбор информации. Исходные данные должны отвечать запросам и теме исследования. В наше случае был использован официальный портал Росстата, откуда были взяты ряд показателей отраслей промышленности ЮФО по регионам и годам.

Этап 2. В силу того, что показатели разнятся качественно, необходимо привести их к общему, нормализованному виду. Для того проводится стандартизация путем сравнения с эталонным показателем:

$$x = \frac{x_i}{x_{max}}$$

где x – стандартизированный показатель; x_i – исходный показатель, который должен быть нормализован; x_{max} – самое большое значение показателя среди всех объектов.

Этап 3. Произведем аддитивную свертку полученных значений в одно общее по одному на каждый объект исследования

$$p_{i,j} = \sum_{i=1}^m a_{ij} \times x_{ij}$$

где $p_{i,j}$ – итоговое значение, полученное путем сложения всех остальных в рамках одного объекта;

Этап 4. Дифференциация полученных данных по подмножествам. Количество групп определяется по следующей формуле:

$$n = 1 + 3.322 \times \lg N = 1 + \log_2 N$$

Определяются минимальные и максимальные границы и размер группы по формуле:

$$i = (X_{max} - X_{min}) / n,$$

Этап 5. Ранжирование по рейтингу, где наивысшему значению присваивается единица (1), а наинизшему – шесть (6). Это позволит более наглядно оценить регионы.

	Республика Адыгея	Республика Калмыкия	Краснодарский край	Астраханская область	Волгоградская область	Ростовская область	
Валовой региональный продукт:	0,0659685	0,06525017	0,00143736	0,30611065	1	0,00154855	2010
	0,11385656	0,07017076	0,00261122	0,43527519	1	0,0016059	2015
	0,14512927	0,09598524	0,00307941	0,75399732	1	0,00191125	2019
на душу населения, рублей	0,38443913	0,59458641	0,70552853	0,51375163	1	0,55222905	2010
	0,53094319	0,5269381	1	0,89618833	0,82298689	0,79557914	2015
	0,43275571	0,40318454	0,72909893	1	0,53461339	0,65382481	2019
Добыча полезных ископаемых	0,02362046	0,05116092	0,57225182	0,75411264	1	0,45642778	2010
	0,01661602	0,01030705	0,21368143	1	0,38456741	0,1920918	2015
	0,01093853	0,00309876	0,18970245	1	0,17358654	0,10036619	2019
Обрабатывающие производства	0,04716159	0,00294288	0,88777494	0,10652144	1	0,91512736	2010
	0,0520765	0,00121167	1	0,07341487	0,76276915	0,77457179	2015
	0,0517634	0,00071836	1	0,07950043	0,93583737	0,90310487	2019
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	0,04716159	0,00294288	0,88777494	0,10652144	1	0,91512736	2010
	0,0520765	0,00121167	1	0,07341487	0,76276915	0,77457179	2015
	0,0517634	0,00071836	1	0,07950043	0,93583737	0,90310487	2019
Оборот оптовой торговли - всего	0,02281149	0,00252167	0,09870325	0,06313646	0,38145604	1	2010
	0,08676119	0,00596774	0,2409492	0,15905544	1	0,25944477	2015
	0,08794465	0,00775174	0,33295991	0,17753076	1	0,29885177	2019
в том числе организаций оптовой торговли	0,06411094	0,00524596	0,25312124	0,16709098	1	0,26824821	2010
	0,07883442	0,00811189	0,28226498	0,19681222	1	0,32246801	2015
	0,07251556	0,00843853	0,33231806	0,18654422	1	0,29061704	2019
Инвестиции в основной капитал по субъектам	0,08825443	0,04382883	0,37074254	0,37640568	0,49315684	1	2010
	0,02684585	0,02829335	1	0,19282371	0,34109684	0,52723584	2015
	0,09076506	0,03318532	1	0,21832604	0,38997857	0,59491474	2019
Интегральная оценка	0,74352814	0,76847974	3,7773346	2,39365093	6,87461287	5,10870831	2010
	0,95801025	0,65221222	4,73950683	3,02698463	6,07418944	3,64756903	2015
	0,94357558	0,55308085	4,58715876	3,49539921	5,96985323	3,74669555	2019

Таблица 2 – Стандартизация и аддитивная свертка и интегральной оценки

Проведем более подробный анализ с учетом регионов ЮФО. Республика Адыгея обладает довольно низкими показателями развитости промышленности. Оборот оптовой торговли один из самых низких во всем округе, обрабатывающая промышленность развивается медленно. Объем инвестиций недостаточен. Низкий ВРП едва ли вызовет удивление.

Калмыкия является наименее промышленно развитой частью ЮФО, поскольку во всем уступает Адыгее. Отсутствие полезных ископаемых в купе с прочими недостатками делает этот регион малопривлекательным для людей, из-за чего они уезжают на заработки в другие места.

Чего нельзя сказать о Краснодарском крае, являющимся главным сельхоз регионом страны. Наиболее сложная ситуация здесь с уровнем ВРП, однако по таким показателям, как «обрабатывающее производство», «торговля» или «инвестиции» регион занимает первое место. Так же край уделяет внимание финансово-посреднической деятельности, что лишь добавляет преимущества в его счет.

Астрахань стала одним из самых сбалансированных регионов, где высокий уровень добычи ископаемых положительно влияет на высокие объемы ВРП. Это компенсирует недостатки в прочих отраслях, таких как обеспечение электроэнергией или обрабатывающая промышленность. Так же это единственный регион, улучшивший свои характеристики с течением времени.

В противовес этому Волгоградская область стала промышленным лидером в Федеральном округе. Крайне высокий объем ВРП поддерживается благодаря стабильным показателям добывающей и обрабатывающей промышленности. Торговля, однако, является слабой стороной региона.

Наиболее смешанными показателями обладает Ростовская область, поскольку низкая добывающая промышленность, тянущая за собой и объемы ВРП, совмещается с высокими объемами продукции промышленного производства и оборотом оптовой торговли. Неудивительно, что регион является привлекательным для инвесторов.

Таким образом, прослеживается тенденция стабильного развития ЮФО, которую, впрочем, ряд исследователей назовут скорее застоем. Наиболее часто встречаемым и общим недостатком можно назвать сравнительно низкие объемы промышленного производства и инвестиций в промышленность. Учитывая обозначенную ранее аграрную специфику Федерального округа это ожидаемо, что, однако, не повод забрасывать производство. Его развитие необходимо, как минимум, в рамках поддержки самого сельского хозяйства.

Список литературы:

1. Бодрунов, С. Д. Грядущее. Новое индустриальное общество: перезагрузка / Монография / Изд. 2-е, исправленное и дополненное. СПб.: ИНИР им. С. Ю. Витте, 2016. 328 с.
2. Гомелько Т.В., Бортник Ю.А., Овсянникова М.А. Проблемы развития легкой промышленности в современной России. // Экономика и управление. 2020;26(1): с. – 69-73;
3. Н.В. Рейхерт, С. В. Матросова. Промышленность России на современном этапе // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2016, с. – 16;
4. Сухарев О.С. Промышленность России: проблемы развития и системные решения // Вестник Института экономики РАН, 2016, с. – 24;
5. Цифровая экономика и Индустрия 4.0: новые вызовы (Industry-2018): науч.-практ. конф. с междунар. участ.; СПбПУ, 2-4 апр. 2018 г. СПб, 2018. 573 с.
6. Затонская И.В., Андреева В.В., Маликов А.С. Теоретические аспекты развития агропромышленного комплекса (Материалы Национальной научно-практической конференции.) -Волгоград, 2021. С. 398-404.
7. Затонская И.В., Даренский Р.Н., Филиппов А.Н. Оценка социально-экономического развития агропромышленного комплекса при переходе к инновационной экономике (Материалы Национальной научно-практической конференции.) – Волгоград, 2021. С. 404-409.
9. Затонская И.В. Модель организационного управления инновационным развитием аграрного предприятия (Сборник материалов Международной научно-практической конференции.), 2013. С. 243-248.

Новак Лилия Васильевна, к.э.н., доцент,
ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет», г. Москва
Novak Liliya Vasilevna, Russian State University for the Humanities, Moscow

Патрушева Наталия Александровна, магистрант,
ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет», г. Москва
Patrusheva Nataliya Alexandrovna, Russian State University for the Humanities, Moscow

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ КАК ЭЛЕМЕНТ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ CORPORATE IDENTITY AS AN ELEMENT OF AN ORGANIZATION'S COMMUNICATION POLICY

Аннотация: в статье рассмотрена сущность понятия «фирменный стиль» и его роль в коммуникационной политике организации.

Abstract: the article examines the essence of the concept of "corporate identity" and its role in the communication policy of the organization.

Ключевые слова: товарный знак, логотип, слоган, цветовая палитра, определенные шрифты, коммуникационная политика, организация.

Keywords: trademark, logo, slogan, color palette, certain fonts, communication policy, organization.

В последнее время сложилось и активно развивается такое направление маркетинговых коммуникаций, как формирование фирменного стиля. Понятие «фирменный стиль» впервые было использовано теоретиками рекламы в начале 20 века в целях визуальной идентификации визуального образа компании, работающих в одной сфере. Необходимо отметить, что за рубежом используются его синонимы – «координация дизайна», «проектирование внешнего облика организации». Иногда для обозначения этого понятия используется термин «брендинг» (от англ. brand – клеймо). Это неудивительно, ведь основная роль брендинга предпринимательской деятельности оказалась приблизительно той же, что и роль и личного клейма ремесленника. Порой говорят о корпоративном стиле, но наиболее точно фирменный стиль характеризует английский термин corporate identity: индивидуальный, узнаваемый образ организации.

Фирменный стиль представляет собой набор цветовых, графических, словесных, типографических, дизайнерских постоянных элементов (констант), обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от организации информации, ее внутреннего и внешнего оформления.

Определение фирменного стиля включает в себя не только логотип, но и остальные элементы, отражающие ее качества, функции, основные работы, которые воплощает организация. Например, в логотипе электромонтажной компании можно встретить символы, связанные с энергетикой.

Ключевые цели формирования фирменного стиля организации представлены на рисунке 1.

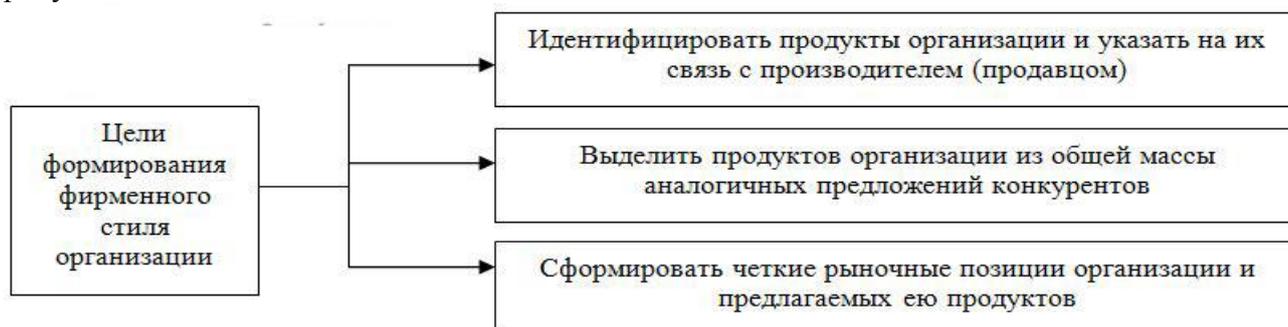


Рисунок 1 – Цели формирования фирменного стиля организации

То есть фирменный стиль выполняет несколько функций. Для начала он выполняет функции имиджа, а именно, повышает узнаваемость компании и привлекает новых клиентов. Отсюда вытекает рекламная функция, где основное назначение – поддержка узнаваемости. Благодаря вышесказанному у потребителей возникает идентификация бренда без дополнительной рекламы. Помимо этого, фирменный стиль помогает выделить товары или услуги компании из аналогичных.

Доверительная функция – уже знакомый бренд для потребителя больше вызывает доверие, чем тот о котором он не слышал.

Благодаря фирменному стилю, внутри компании строится корпоративная культура основанная на идеологии, которая очень важна для мотивации персонала.

Выделяют следующие основные элементы фирменного стиля, краткая характеристика которых отражена в таблице 1.

Таблица 1

Характеристика основных элементов фирменного стиля

Наименование элемента фирменного стиля	Характеристика элемента фирменного стиля
Товарный знак	представляет собой зарегистрированные в установленном порядке словесные, изобразительные (в виде эмблем, линии, пятен, фигур любых форм на плоскости), объемные (трехмерные), звуковые обозначения или их комбинации, обладающие свойством исключительной принадлежности владельцу.
Логотип	графический рисунок, представляющий компанию. Его используют в деловых переписках, официальных документах, на сайте, в фирменной атрибутике. Основная его задача – это быстрая узнаваемость бренда через рисунок.
Фирменный блок	представляет собой традиционное, часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля, чаще всего – изобразительного товарного знака и логотипа. Фирменный блок может также содержать полное официальное название организации его почтовые и банковские реквизиты (например, на фирменных бланках). Иногда блок включает фирменный лозунг (слоган)
Слоган	короткая фраза, характеризующая философию компании, которая соответствует целевой аудитории. Такие фразы могут быть мотивирующими, подчёркивающими сильные стороны, призывающие к действиям.
Цветовая палитра	отражает философию компании, через определённые цветовые решения. Важно понимать, что разные цвета могут своеобразно действовать на восприятие потребителя, например, всем известно, что зелёный благоприятно действует на нервную систему и успокаивает.
Определенные шрифты	также, как и цвета и отражают философию компании, от выбора и сочетания зависит возможность привлечения внимания. Важно, чтобы шрифт был легко читаемым и уместным.
Лицо организации в виде персонажа	персонаж, который рекламирует и четко ассоциируется с товаром или услугой. В последнее время, можно встретить такой термин, как «амбассадор» или «посол бренда» – это реальный человек или приглашённая знаменитость, которая в положительном ключе рассказывает и рекламирует товар или услугу, благодаря чему, повышает узнаваемость бренда и спрос на товары или услуги.
Фирменная атрибутика	для повышения узнаваемости и лояльности клиентов, компании создают различные товары со своим логотипом. Это может быть все что угодно – ручки, блокноты, зонты и так далее.

Во многих организациях вышеизложенные пункты прописаны в виде стандартов и используются в дальнейшей работе. Например, фирменные бланки организации строго с ее логотипом в определенных цветах. Некоторые элементы деятельности организации, в том числе в сфере коммуникаций, постоянно и в обязательном порядке используемые в течение длительного времени, играют настолько важную роль в формировании образа организации, что могут быть отнесены к элементам ее фирменного стиля. К таким константам могут быть отнесены: различные эмблемы организации, не получившие в силу каких-либо причин правовую защиту и не являющиеся товарными знаками; фирменные особенности дизайна (например, в московском ресторане «Сирена» под прозрачным полом расположен аквариум с живой рыбой, а в зале воссоздан интерьер трюма деревянного корабля – все говорит о том, что это рыбный ресторан); оригинальные сигнатуры и пиктограммы – абстрактные графические символы (например, обозначающие размещение служб в гостинице); определенные внутрифирменные стандарты (В одном из отелей номера носят названия «Соната», «Прелюдия» и т.д.);

Из всего сказанного выше следует, что фирменный стиль организации довольно активно участвует в маркетинговых коммуникациях. Так, эффективное использование разработанного логотипа (фирменного знака), его раскрутка – это задача брендинга. Фирменный стиль становится одной из самой важной частью бренда, которая подчеркивает организацию среди основных конкурентов и повышает ее узнаваемость. Благодаря признанию и положительной репутации, организация увеличивает продажи и укрепляет свои позиции на рынке. Индивидуальный стиль организации несет значительный вклад в ее узнаваемость, поэтому необходимо уделять этому вопросу большое внимание.

Использование многофункциональных фирменных конвертов, упаковок и запоминающихся бумажных носителей текстовой информации для целевой адресной рассылки – сильное подспорье прямому маркетингу.

Создание запоминающейся среды при проведении мероприятий по сбыту товаров и услуг – питательная почва для стимулирования сбыта.

Поддержание стиля организации постоянно осуществляется с использованием всех возможностей – от выразительного дизайна всего комплекса деловой документации до интерьеров офисов и архитектурного решения здания организации. В конечном итоге все это способствует упрочению ее репутации. Все эти вопросы лежат в сфере PR.

Следовательно, неудачная разработка и неумелое использование элементов фирменного стиля могут существенно ослабить положение организации в конкурентной борьбе.

То есть фирменный стиль – это есть воплощение в дизайн основных характеристик компании.

Список литературы:

1. Кострова, Ю.Б. Бренд-менеджмент / Ю.Б. Кострова, Ю.О. Ляшук, О.Ю. Шибаршина; Под общ. ред. Ю.Б. Костровой. – Курск: Закрытое акционерное общество «Университетская книга», 2020. – 172 с.
2. Кузьмина, О. Г. Бренд-менеджмент : учебное пособие / О. Г. Кузьмина. – Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2019. – 176 с.
3. Пономарёва, Е.А. Бренд-менеджмент: учебник и практикум для вузов / Е.А. Пономарёва. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 341 с.
4. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 2-е изд., стер. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 322 с.
5. Якубова, Т. Н. Бренд-менеджмент как область управления современной компанией / Т.Н. Якубова // Наука и бизнес: пути развития. – 2020. – № 1(103). – С. 149-152.

Патрушева Наталия Александровна,
ФГБОУ ВО «Российский государственный
гуманитарный университет», г. Москва
Patrusheva Nataliya Alexandrovna,
Russian State University for the Humanities, Moscow

**КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
В СТРОИТЕЛЬСТВЕ ЭНЕРГООБЪЕКТОВ
COMPLEX OF MARKETING COMMUNICATIONS
IN THE CONSTRUCTION OF ENERGY FACILITIES**

Аннотация: в статье рассмотрены цели маркетинговых коммуникаций, а также классификация средств маркетинговых коммуникаций организации, функционирующей в сфере строительства энергообъектов в условиях конкуренции.

Abstract: the article examines the goals of marketing communications, as well as the classification of marketing communications of the organization, which operates in the construction of energy facilities in a competitive environment.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговые коммуникации, строительство энергообъектов, цели, средства маркетинговых коммуникаций.

Keywords: marketing, marketing communications, construction of energy facilities, goals, means of marketing communications.

В условиях жесткой конкурентной борьбы многократно возросла роль маркетинговых коммуникаций в деятельности организации, функционирующей в сфере строительства энергообъектов. Их успешная деятельность во многом зависит от грамотного применения целевых ориентиров комплекса маркетинговых коммуникаций и средств маркетинговых коммуникаций.

Сам термин «коммуникации» как научное понятие используется с начала XXв. и произошел от латинского *communicatio* («сообщение», «передача»)» специалисты также связывают его с латинскими *communicare* («сообщать», «беседовать») и *communis* («общий», «всеобщий»). В современной широкой научной трактовке коммуникация – процесс взаимодействия и способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать разнообразную информацию.

Основными подходами к пониманию маркетинговых коммуникаций являются коммуникационный, функциональный, субъектно-объектный подходы и рассмотрение маркетинговых коммуникации как специфической сферы бизнес деятельности (см. табл. 1.).

Таблица 1

Основные подходы к понятию маркетинговых коммуникаций

Наименование подхода	Краткое описание
Коммуникационный подход	маркетинговые коммуникации представляют собой один из типов коммуникаций, направленный на формирование взаимосвязей между коммуникатором и его аудиториями посредством передачи информации, оказания эмоционального и прагматического воздействия коммуникатора на адресат коммуникации в системе маркетинга
Функциональный подход	маркетинговые коммуникации представляют собой инструмент маркетингового продвижения (промоушен), направленного на стимулирование продаж конкретного объекта путем воздействия на целевые аудитории средствами маркетинговых коммуникаций

Наименование подхода	Краткое описание
Субъектно-объектный подход	маркетинговые коммуникации в их субъект-объектном контексте можно определить как единый комплекс, объединяющий участников, каналы и приемы коммуникаций, направленный на установление и поддержание определенных взаимоотношений, запланированных инициатором этих коммуникаций (коммуникатором) у адресатами коммуникаций посредством формирования у последних благоприятных для коммуникатора психологических установок в рамках и с целью достижения его маркетинговых целей
Подход как к сфере бизнеса	маркетинговые коммуникации – это совокупность активных участников коммуникационного процесса (агентства маркетинговых коммуникаций, отделы маркетинговых коммуникаций заказчиков маркетингово-коммуникационных услуг, всевозможные средства массовой коммуникации как носители маркетинговых коммуникаций и т. п.), составляющих важнейший сектор инфраструктуры национальной и мировой экономики, сферой и целью деятельности которого являются стимулирование продажи товаров (услуг) клиентам, формирование коммуникаций между компаниями-производителями и их аудиториями средствами маркетинговых коммуникаций

Таким образом, представленные в таблице 1 подходы к трактованию понимания комплекса маркетинговых коммуникаций, позволяют сделать вывод о том, что данное понятие является многоаспектным и играет в практической деятельности организации, функционирующей в сфере строительства энергообъектов, большое значение. При этом необходимо уточнить, что целевой аудиторией, с которой устанавливаются маркетинговые коммуникации, могут быть не только потребители, но и служащие компании, акционеры, государственные учреждения и группы общественности.

В условиях усиления конкурентной борьбы, а также увеличения значимости неценовых факторов конкуренции для достижения компанией успеха становится недостаточным создание доступного и удовлетворяющего потребности целевой аудитории продукта. Необходимо уделять особое внимание процессу разработке и реализации целей маркетинговых коммуникаций. *Цель* – осознанное представление о том результате, который должен быть достигнут путем направленных усилий коммуникации в ходе взаимодействия и общения ее участников. Маркетинговая коммуникация имеет прямую или косвенную *цель* – управление потребительским обществом или его подсистемами, потребительскими сегментами и т.д. Цели маркетинговых коммуникаций не идентичны целям маркетинга и поэтому они не должны подменяться целями маркетинга. Известно, что к целям маркетинга относятся – увеличение объема продаж, прибыли, доли рынка, успешный выход на новый рынок или выпуск нового продукта. Цели маркетинговых коммуникаций – коммуникационные (см. рис. 1). Целью формирования процесса маркетинговых коммуникаций является инициирование ответной реакции целевой аудитории на сообщение организации. В этой связи организация может прибегать к различным средствам маркетинговых коммуникаций.



Рисунок 1 – Цели маркетинговых коммуникаций организации, функционирующей в сфере строительства энергообъектов

Классификация средств маркетинговых коммуникаций представлена в таблице 2.

Таблица 2

Классификация средств маркетинговых коммуникаций

Наименование средства коммуникации	Характеристика
Реклама	Передаваемая информация неограниченному числу людей, в любой форме и с помощью любых средств, целью которой является привлечение внимания к объекту, создание или поддержание интереса к объекту и его продвижение на рынке.
Брендинг	Формирование и подкрепление положительного образа компании в глазах потребителей.
Выставка	Презентация в живую услуг на различных мероприятиях, сопровождающейся раздаточными материалами.
Директ-маркетинг	Прямое обращение продавца непосредственно к потребителю через различные источники передачи информации.
Сувенирная продукция	Фирменные изделия, используемые в качестве подарков

Все эти средства в комплексе влияют на решение потребителя совершить покупку той или иной услуги организации, функционирующей в сфере строительства энергообъектов.

Список литературы:

1. Габинская, О.С. Маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / О.С. Габинская. – М.: Академия, 2018. – 176 с.
2. Красюк, И.Н. Маркетинговые коммуникации: Учебник / И.Н. Красюк. – М.: Инфра-М, 2018. – 416 с.
3. Маркетинг / Н. В. Быкова, В. В. Кисула, П. А. Конев [и др.]. – Нижний Новгород : Профессиональная наука, 2018. – 281 с. – ISBN 978-5-6040739-3-3.
4. Маркетинговые коммуникации: проблемы, возможности и перспективы развития / Б. В. Артамонов, В. А. Бородай, Л. В. Новак [и др.]. – Нижний Новгород: НОО "Профессиональная наука", 2018. – 162 с. – ISBN 978-5-907072-09-1.
5. Романов, А.А. Маркетинговые коммуникации: Учебник / А.А. Романов, И.М. Синяева, В.А. Поляков. – М.: Вузовский учебник, 2018. – 16 с.

УДК 343.1

DOI 10.37539/2782-3075.2021.2.2.004

Аджимагомедова Сарат Курашевна,
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», г. Краснодар
Adzhimagomedova Sarat Kurashevna, Kuban State University, Krasnodar

Турилов Георгий Георгиевич,
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», г. Краснодар
Turilov Georgy Georgievich, Kuban State University, Krasnodar

**ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
В УГОЛОВНОМ СУДОПРОИЗВОДСТВЕ
PROBLEMS OF APPLICATION OF MODERN TECHNOLOGIES
IN CRIMINAL PROCEEDINGS**

Аннотация: в данной научной работе проведен анализ современных технологий при их внедрении в уголовный процесс России. Отмечаются проблемы использования технических средств в уголовном процессе, в частности, возможность монтажа, подделки и подлога. Проведен сравнительный анализ статистики применения современных технологий в уголовном процессе за период с 2013 по 2020 года.

Abstract: in this scientific work, the analysis of modern technologies in their implementation in the criminal process of Russia is carried out. The problems of using technical means in criminal proceedings are noted, in particular, the possibility of installation, forgery and forgery. A comparative analysis of the statistics of the use of modern technologies in criminal proceedings for the period from 2013 to 2020 is carried out.

Ключевые слова: технологии; современные технологии; технические средства; аудиопротokolирование; видеопротokolирование.

Keywords: technologies; modern technologies; technical means; audio recording; video recording.

В действующем уголовно-процессуальном законодательстве не сформировался единый принцип использования понятий, относящихся к техническим средствам, применяемым в сфере уголовного судопроизводства. Существующий в настоящее время подход, в соответствии с которым в круг перечисленных в законе технических средств периодически, по мере их появления, включаются все новые и новые технические средства, не может быть признан объективно обусловленным, так как он изначально предусматривает отставание уголовно-процессуального законодательства от уровня и темпов развития науки и техники.

Под техническими средствами, применяемыми в уголовном судопроизводстве следует понимать совокупность технических средств (приборов, устройств, приспособлений, программных продуктов), применяемых участниками уголовного процесса в целях обеспечения производства процессуальных действий в соответствии с их полномочиями, определенными Уголовно-процессуальным кодексом РФ [1] (далее – УПК РФ).

На практике часто возникают процессуальные проблемы применения результатов использования технических средств в качестве доказательства, поскольку не представляется возможным исключить вероятность фальсификации результатов. С развитием научно-технического прогресса расширяются возможности монтажа, подделки, подлога, и других способов фальсификации доказательств, имеющих значений для рассмотрения дела. Все это усложняется тем, что возможности компьютерного монтажа позволяют делать это без

оставления следов вмешательства в осуществленную запись, предоставляют возможность создавать доказательства с помощью мультипликации, инсценировки, имитации и др., что не всегда может быть выявлено даже экспертом.

Критерий применения в судопроизводстве современных технологий, как показатель его эффективности, экономичности, правообеспечительной направленности продиктован запросом общества, на который ориентирована политика государств, и Россия не исключение. Глобальная цифровизация и информатизация общества, бесспорно, влечет коренное изменение форм общественной жизнедеятельности, не оставляя без внимания правовой сектор и уголовное судопроизводство, в частности. Где «вживление» в публичный и консервативный по своей природе уголовный процесс технологий, и тем более электронных форм производств особенно сложно, однако, необходимо в условиях цифровизации и развития информационного общества [2].

Сравним, на примере судов Оренбургской области, статистические показатели применения в судебных заседаниях по первой инстанции современных технологий: видеоконференц-связи, аудио-видео протоколирования в ходе рассмотрения уголовных дел. В 2013 году число уголовных дел, по которым использовалась видеоконференц-связь составило 4, в 2016 – 80, и уже 654 только в первом полугодии 2020 года. Применение аудиопротоколирования в 2016 году в судебных заседаниях по уголовным делам, рассматриваемых в первой инстанции, составило 1 732, видеопротоколирования – 34, в первом полугодии 2020 года аудиопротоколирование использовалось по 7479 уголовным делам, видеопротоколирование – 103 [3].

Особенно ярко тенденциозность применения современных технологий в судебном производстве по уголовным делам отражена в статистике всероссийского масштаба. Так в России в первом полугодии 2020 года судами первой инстанции при производстве по уголовным делам в судебном заседании в порядке ч. 4 ст. 240 и ст. 2781 УПК РФ видеоконференц-связь использовалась в 55 983 случаях, аудиопротоколирование велось в 508 938 случаях, видеопротоколирование – 30 473 [4]. Представленная статистика явно отражает динамичность процесса «вживления» в уголовное судопроизводство современных технологий.

Как показало исследование, развитие процессуальной формы судебного производства обусловлено стремлением к снижению финансовой затратности и оптимизации процессуальной экономии судебного производства по уголовным делам, повышению эффективности обеспечения прав участников уголовного судопроизводства и доступности правосудия, и особая роль в этом сегодня отводится перспективам и целесообразности появления новой уголовно-процессуальной формы – электронной.

Вместе с тем, произвольная и безграничная цифровизация уголовно-процессуальной деятельности без учета ее природы, объективно присущих ей особенностей представляется недопустимой. Нельзя недооценивать весьма риск судебных и следственных ошибок, несправедливости разрешения дела и нарушения прав человека, если принятие решений или совершение процессуальных действий будет осуществляться электронной техникой, запрограммированная и действующая на принципах предельного упрощения и формализации информации и однозначности вариантов решений, на что следует обратить внимание законодателю при дальнейшей правовой регламентации.

Список литературы:

1. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18.12. 2001 г. № 174-ФЗ (ред. от 27.12.2019)// СЗ РФ. 2001. № 52. Ст. 4921.
2. Бажанов С.В. Совместимость уголовного процесса с цифровыми технологиями в специфических условиях современного времени // Библиотека криминалиста. Научный журнал. 2018. № 3 (38). – С. 35-44.
3. Судебная статистика Управления судебного департамента в Оренбургской области по форме отчетности №1: [Электронный ресурс] Режим доступа: http://usd.orb.sudrf.ru/modules.php?name=sud_community (дата обращения 30.06.2021).
4. Судебная статистика Судебного департамента при Верховном Суде Российской Федерации по форме отчетности № 1: [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.cdep.ru/index.php?id=79&item=5461> (дата обращения 30.06.2021).

Байрамукова Ксения Халисовна,
Ростовский государственный
экономический университет, г. Ростов-на-Дону
Bayramukova Kseniya Halisovna,
Rostov State University Of Economics, Rostov-on-Don

ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАВОВОГО СТАТУСА СУБЪЕКТОВ ТУРИСТКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ CHARACTERISTIC OF THE LEGAL STATUS OF THE SUBJECTS OF TOURIST ACTIVITY

Аннотация: в статье проводится анализ правового статуса субъектов туристских отношений в Российской Федерации. Особое внимание уделяется проблеме определения субъектов туристской деятельности в России.

Absrract: the article analyzes the legal status of the subjects of tourist relations in the Russian Federation. Particular attention is paid to the problem of determining the subjects of tourist activity in Russia.

Ключевые слова: турист, туроператор, турагент, туристская деятельность, туристский продукт.

Keywords: tourist, tour operator, tour agent, tourist activity, tourist product.

Сегодня туризм играет важную роль в политической, экономической, культурной и других сферах жизни современного общества, являясь одной из наиболее прибыльных и динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Для многих развитых государств туризм является бюджетообразующей областью, а также служит необходимым катализатором социально-экономического развития. Развитие индустрии туризма оказывает положительное влияние на различные секторы экономики, такие как транспорт, общественное питание, строительство и многие другие. В этой связи, вопросы законодательного регулирования сферы туризма является актуальными.

К основным особенностям отечественного рынка туристских услуг можно с уверенностью отнести большое количество туристских фирм, далеко не все из которых отличаются стабильностью и высоким качеством предоставляемых услуг. В связи с этим, необходимо уделить особое внимание вопросу определения субъектов туристских отношений, а точнее организаций, имеющих право на осуществление туристской деятельности.

Согласно ст. 1 Федерального закона от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туристская деятельность – это туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий [1]. Важно учесть тот фактор, что понятие «туристская деятельность» в законе полностью не раскрыто, дается перечисление ее составляющих. Также стоит обратить внимание, что нет законодательного определения «иной деятельности». Как правило, под определением «иной деятельности» подразумевается деятельность по организации перевозок и размещения туристов, экскурсионная деятельность.

Необходимо отметить, что указанные субъекты туристской деятельности не могут в полную силу осуществлять свою деятельность без основных субъектов, названных в ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Законодатель, в свою очередь, дает понятие туристской деятельности, не ограничивая его содержанием только деятельностью туроператора и турагента, оставляя открытый перечень.

Деятельность страховых, банковских, транспортных организаций и предприятий общественного питания также можно отнести к «иной деятельности по организации путешествий». Однако перечисленные организации, по мнению некоторых цивилистов, не являются субъектами туристских отношений. Так, по мнению Батищева Е.А. относить перечисленные организации к субъектам туристской деятельности нецелесообразно, так как цели и задачи данных организаций лежат вне плоскости туристских отношений, а деятельность этих организаций регулируется иными законами [2].

Однако существует и противоположное мнение. Доктор юридических наук Е.Л. Пискаревский причисляет предприятия общественного питания, транспортные, страховые компании и прочие к субъектам туристской индустрии, выделяя их в отдельную категорию субъектов, осуществляющих смежные виды деятельности [3].

На наш взгляд, страховые, банковские, транспортные организации способствуют формированию и реализации туристского продукта. Результаты деятельности перечисленных субъектов в разном сочетании участвуют в формировании туристского продукта, как конечного результата хозяйственно-экономической деятельности в сфере туризма.

Интересно мнение известного исследователя О.Н. Викуловой, сформулировавшей отличие туристской деятельности от деятельности по оказанию туристских услуг. Туристская деятельность – это «профессиональная деятельность физических лиц (индивидуальных предпринимателей) и юридических лиц по организации путешествий, в которой туристическая фирма выступает организатором путешествия, но никак не исполнителем услуг, входящих в такое путешествие» [4].

Важно указать, что в российском законодательстве нет определения субъекта туристской деятельности, можно предположить, что оно идентично нормативным критериям, предъявляемым к субъектам предпринимательского права, которые отображены в Гражданском кодексе РФ.

Данной позиции придерживается Батищев Е.А., который сформулировал следующее определение: «субъекты туристской деятельности – субъекты предпринимательской деятельности в лице индивидуальных предпринимателей и коммерческих юридических лиц» [5].

Для минимизации рисков потребителей данного вида услуг, т.е. туристов, большинство туристских организаций относятся к коммерческим организациям и отвечают своим имуществом, согласно с ч. 1 ст. 48 ГК РФ [6].

По виду деятельности можно разделить субъектов туристской отношений на две большие группы:

а) индивидуальные предприниматели и юридические лица, осуществляющие предпринимательскую и иную экономическую деятельность в сфере туризма.

б) некоммерческие организации, а также общественные объединения, деятельность которых способствует совершению туристских поездок и осуществляется без образования юридического лица. К некоммерческим организациям в сфере туризма можно отнести Российскую ассоциацию туристских агентств (РАТА), Всероссийское народное туристское общество (ВНТО), Российскую гостиничную ассоциацию (РГА) и другие.

Законодатель уделяет особое внимание вопросу определения субъектов туристской деятельности, а точнее организаций, имеющих право на осуществление туристской деятельности. Согласно ст. 4.1. отраслевого закона туристскими операторами могут быть только зарегистрированные на территории РФ юридические лица, имеющие финансовое обеспечение.

Своей спецификой отличаются и правоотношения между различными субъектами туристской деятельности – туроператорами, турагентами и туристами, что выражается в особенностях обеспечения исполнения туроператорами и турагентами своих обязательств перед туристами, разграничения ответственности между ними, регламентируемых только законодательством о туристской деятельности [7].

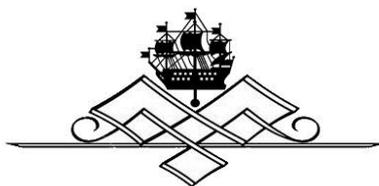
Подводя итог, необходимо отметить, что основными субъектами туристской деятельности, за исключением туриста как потребителя туристских услуг, являются турагентские и туроператорские организации. К иным субъектам туристской деятельности относятся исполнители отдельных видов туристских и иных услуг, другими словами контрагентов, а также компании, являющиеся гарантами ответственности туристских операторов, банковские и страховые организации.

Изучив правовое положение ключевых субъектов туристской деятельности, туроператора и турагента, можно сделать следующие выводы: туристский оператор – это юридическое лицо, которое занимается формированием, продвижением и реализацией туристского продукта, финансово отвечает за комплекс туристских услуг и действует в интересах туриста. Туристский агент – это юридическое лицо или индивидуальный предприниматель,

который осуществляет реализацию и продвижение комплекса туристских услуг, действует от своего имени и в интересах туроператора. Отличительной особенностью правового регулирования туроператорской деятельности является наличие финансовой гарантии гражданско-правовой ответственности.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 года №132-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. № 49. Ст. 5491.
2. Батищев Е.А. О правовом положении субъектов туристской деятельности // Пробелы в российском законодательстве. 2017. № 4. С. 25-28
3. Писаревский Е.Л. Правовое обеспечение туризма: учебник. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2017. – 336 с.
4. Викулова О.Н. Комментарий к Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». – М.: Норма, 2014. – 482 с.
5. Батищев Е.А. О правовом положении субъектов туристской деятельности // Пробелы в российском законодательстве. 2017. № 4. С. 25-28
6. Гражданский кодекс РФ (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 28.06.2021) // Российская газета. 08.12.1994. № 238-239.
7. Сирик Н.В., Кусков А.С. Правовое регулирование туристской. – М.: КноРус, 2021. – 329 с.



Ближайшие конференции ГНИИ «НАЦРАЗВИТИЕ» (РИНЦ+DOI)

Шифр	Наименование конференции	Дата
ВТ 194	Международная научная конференция "Высокие технологии и инновации в науке"	27 ноября 2021 года
КО 194	Международная научно-методическая конференция "Проблемы управления качеством образования"	28 ноября 2021 года
НБ 194	Всероссийская научно-практическая конференция "Национальная безопасность России: актуальные аспекты"	29 ноября 2021 года
ПБ 194	Международная студенческая научная конференция "Поколение будущего"	30 ноября 2021 года
НИТП 323	Всероссийская (национальная) научно-практическая конференция "Научные исследования в современном мире. Теория и практика"	10 декабря 2021 года
ФИПИ 323	Всероссийская (национальная) научная конференция "Фундаментальные и прикладные исследования. Актуальные проблемы и достижения"	11 декабря 2021 года
СМИН 323	Всероссийская (национальная) научная конференция "Современные методы и инновации в науке"	12 декабря 2021 года
ИПГС 323	Всероссийская (национальная) научно-практическая конференция "Исследование и практика в социально-экономической и гуманитарной сфере"	13 декабря 2021 года
SRP 300	International Scientific Conference "Science.Research.Practice" (Международная конференция "Наука. Исследования. Практика")	25 декабря 2021 года
TNS 300	International Scientific Conference "Technical and Natural Sciences" . (Международная научная конференция "Технические и естественные науки")	26 декабря 2021 года
SEH 300	International Scientific Conference "Socio-Economic Sciences & Humanities" . (Международная научная конференция "Социально-экономические и гуманитарные науки")	27 декабря 2021 года
ECS 300	International Scientific Conference "Education, Culture and Society" . (Международная научная конференция "Образование. Культура. Общество")	28 декабря 2021 года
PSM 300	International Scientific Conference "Psychology, Sports Science and Medicine" (Международная научная конференция "Психология. Спорт. Здравоохранение")	29 декабря 2021 года
SITB 300	International Scientific Conference "Security: Information, Technology, Behavior" . (Международная научная конференция "Безопасность: Информация, Техника, Управление")	30 декабря 2021 года



**Приглашаем к участию в конференциях научных
и практических работников, преподавателей образовательных учреждений, докторантов,
аспирантов, соискателей и студентов**

Подробнее о конференциях Вы можете узнать
на официальном сайте ГНИИ «Нацразвитие»:

WWW.NATSRAZVITIE.RU

Интересующие вопросы можно задать по телефону:

8 (812) 905-29-09

или написать нам по адресу:

INFO@NATSRAZVITIE.RU

НАУЧНЫЕ ЖУРНАЛЫ ГНИИ «НАЦРАЗВИТИЕ»

рецензируемые, печатные, DOI, elibrary.ru и др.

	<p align="center">НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «НАЦБЕЗОПАСНОСТЬ»</p> <p>Общероссийский печатный научный журнал, публикующий результаты фундаментальных, поисковых и прикладных исследований, выполненных по различным наукам с позиций безопасности.</p> <p>Все направления с позиций безопасности</p> <p>ISSN 2782-3083 (6 раз в год)</p> <p>Государственная регистрация в реестре СМИ: ПИ No ФС 77-80721</p> <p>Публикация на русском и (или) английском языке</p>
	<p align="center">НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «МЕТОД Z»</p> <p>Общероссийский печатный научный журнал (фундаментальные, поисковые и прикладные исследования).</p> <p>Технические, биологические, сельскохозяйственные науки</p> <p>ISSN 2782-3091 (12 раз в год)</p> <p>Государственная регистрация в реестре СМИ: ПИ No ФС 77-80686</p> <p>Публикация на русском и (или) английском языке</p>
	<p align="center">НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «НАЦРАЗВИТИЕ. НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ»</p> <p>Общероссийский печатный научный журнал (фундаментальные, поисковые и прикладные исследования).</p> <p>Социально-экономические науки</p> <p>ISSN 2782-3075 (12 раз в год)</p> <p>Государственная регистрация в реестре СМИ: ПИ No ФС 77-80687</p> <p>Публикация на русском и (или) английском языке</p>

- Авторам бесплатно предоставляется журнал и свидетельство о публикации в электронном виде, благодарность научному руководителю.
 - Всем статьям присваивается **индекс DOI**. (DOI – международный цифровой идентификатор).
 - Размещается в научной электронной библиотеке **elibrary.ru**
- Электронная версия (постатейно) размещается в электронной библиотеке: «**CIBERLENINKA**».
- Все статьи индексируются в **Google Scholar**.
- Печатный журнал рассылается по **ведущим библиотекам России**.

Основные финансовые условия:	Руб.
Публикация до 5 страниц (включительно) машинописного текста (без печатного сборника)	850
Каждая дополнительная страница (свыше 5 страниц)	210
Каждый печатный экземпляр журнала	400
Пересылка за пределы РФ дополнительно	750
Дополнительные финансовые условия:	Руб.
Справка о принятии материалов к публикации в электронной форме	150



WWW.NATSRVITIE.RU
INFO@NATSRVITIE.RU