

**МОЛОДОЙ  
УЧЁНЫЙ**

LX Международная научная конференция



# **ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ**

**КАЗАНЬ**

УДК 005(063)  
ББК 65.290-2я43  
И88

Главный редактор: *И. Г. Ахметов*

Редакционная коллегия:

*Э.А. Бердиев, Ю.В. Иванова, А.В. Каленский, В.А. Куташов, К.С. Лактионов, Н.М. Сараева, Т.К. Абдрасилов, О.А. Авдеюк, О.Т. Айдаров, Т.И. Алиева, В.В. Ахметова, В.С. Брезгин, О.Е. Данилов, А.В. Дёмин, К.В. Дядюн, К.В. Желнова, Т.П. Жуикова, Х.О. Жураев, М.А. Игнатова, Р.М. Искаков, К.К. Калдыбай, А.А. Кенесов, В.В. Коварда, М.Г. Кологорцев, А.В. Котляров, А.Н. Кошербаева, В.М. Кузьмина, К.И. Курпаяниди, С.А. Кучерявенко, Е.В. Лескова, И.А. Макеева, Е.В. Матвиенко, Т.В. Матроскина, М.С. Матусевич, У.А. Мусаева, М.О. Насимов, Б.Ж. Паридинова, Г.Б. Прончев, А.М. Семахин, А.Э. Сенцов, Н.С. Сенюшкин, Д.Н. Султанова, Е.И. Титова, И.Г. Ткаченко, М.С. Федорова, С.Ф. Фозилов, А.С. Яхина, С.Н. Ячинова*

Международный редакционный совет:

*З.Г. Айрян (Армения), П.Л. Арошидзе (Грузия), З.В. Атаев (Россия), К.М. Ахмеденов (Казахстан), Б.Б. Бидова (Россия), В.В. Борисов (Украина), Г.Ц. Велковска (Болгария), Т. Гайич (Сербия), А. Данатаров (Туркменистан), А.М. Данилов (Россия), А.А. Демидов (Россия), З.Р. Досманбетова (Казахстан), А.М. Ешиев (Кыргызстан), С.П. Жолдошев (Кыргызстан), Н.С. Игисинов (Казахстан), Р.М. Искаков (Казахстан), К.Б. Кадыров (Узбекистан), А.В. Каленский (Россия), О.А. Козырева (Россия), Е.П. Колтак (Россия), А.Н. Кошербаева (Казахстан), К.И. Курпаяниди (Узбекистан), В.А. Куташов (Россия), Э.Л. Кыят (Турция), Лю Цзюань (Китай), Л.В. Малес (Украина), М.А. Нагервадзе (Грузия), Ф.А. Нурмамедли (Азербайджан), Н.Я. Проккопьев (Россия), М.А. Прокофьева (Казахстан), Р.Ю. Рахматуллин (Россия), М.Б. Ребезов (Россия), Ю.Г. Сорока (Украина), Д.Н. Султанова (Узбекистан), Г.Н. Узаков (Узбекистан), М.С. Федорова, Н.Х. Хоналиев (Таджикистан), А. Хоссейни (Иран), А.К. Шарипов (Казахстан), З.Н. Шуклина (Россия)*

**Исследования молодых ученых** : материалы LX Междунар. науч. конф. (г. Казань, май 2023 г.) / [под ред. И. Г. Ахметова и др.]. — Казань : Молодой ученый, 2023. — iv, 66 с.

ISBN 978-5-6049480-1-9.

В сборнике представлены материалы LX Международной научной конференции «Исследования молодых ученых».

Предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов, а также для широкого круга читателей.

УДК 005(063)  
ББК 65.290-2я43

ISBN 978-5-6049480-1-9

© Оформление.  
ООО «Издательство Молодой ученый», 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

## ЭКОНОМИКА

**Левицкая В.А., Буковец Е.Д.**

Проблемы формирования финансовой грамотности в Российской Федерации ..... 1

**Нагорная В.С.**

Концептуальные подходы к управлению предпринимательскими рисками ..... 5

**Омельченко В.К.**

Проблемы, возникающие при анализе эффективности инструментов доверительного управления рынка РФ ..... 8

**Романов И.А.**

Анализ лесопромышленного комплекса РФ после развала СССР ..... 11

## МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

**Марюшкина Е.С.**

Влияние образа знаменитых спортсменок-феминисток на поведение целевой аудитории спортивных брендов ..... 20

## МЕНЕДЖМЕНТ

**Хабиев А.Т.**

Проектный подход для оценки качества грантовых заявок ..... 28

## ГОСУДАРСТВО И ПРАВО

**Дзидзария А.А.**

Понятие и классификация следственных ошибок ..... 35

**Петухов А.А., Малеева С.А.**

Международные правовые основы противодействия легализации (отмыванию) доходов, приобретенных преступным путем . . . . . 38

**ПСИХОЛОГИЯ****Рыбакова В.С.**

Характеристика личности и коммуникативной сферы подростков с нарушениями зрения. . . . . 43

**Сторожева И.В., Ломовцева А.С.**

Социально-психологический портрет современного предпринимателя. . . 46

**ПЕДАГОГИКА****Iskakova D.K.**

Peculiarities of teaching monologue speech at Intermediate level of English proficiency . . . . . 50

**Лопушенко Н.А.**

Методы и приемы развития критического мышления на уроках английского языка в школе. . . . . 53

**ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ****Рахматов А.И.**

Соответствие питания режиму тренировок, соревнований и отдыха. . . . . 57

**ФИЛОЛОГИЯ И ЛИНГВИСТИКА****Ивасенко А.А.**

Правила оформления документов в англоязычных странах. . . . . 62

# ЭКОНОМИКА

## Проблемы формирования финансовой грамотности в Российской Федерации

Левицкая Вероника Александровна, старший преподаватель;

Буковец Екатерина Дмитриевна, студент

Красноярский институт железнодорожного транспорта – филиал Иркутского государственного университета путей сообщения

*В статье отражены проблемы формирования финансовой грамотности в Российской Федерации, а также предложены пути решения выявленных проблем.*

**Ключевые слова:** финансовая грамотность, проблемы формирования, финансовый рынок, микроэкономический уровень, макроэкономический уровень.

Экономические реформы 1990-х годов, финансовые махинации и дефолт 1998 года поставили перед россиянами очень сложные задачи, к урегулированию которых большинство граждан оказались не готовы. В то же время активно расширялись масштабы финансовой индустрии, происходил подъем экономики и увеличение доходов некоторых групп населения, однако данный процесс не сопровождался необходимым повышением уровня финансовой грамотности населения [1].

Финансовая грамотность — это умение человека контролировать свои доходы и расходы, принимать оптимальные решения по распределению денежных средств и умело их преумножать. Говоря в целом, под финансовой грамотностью понимается точное осознание того, как работают деньги, как правильно распоряжаться финансами и как вообще накопить капитал.

Финансовая грамотность населения способствует повышению эффективности производительности, усложняющихся с каждым годом, инструментов финансового рынка. Кроме того, как говорилось ранее, финансово грамотные граждане имеют склонность к увеличению сбережений, что в перспективе имеет благоприятное влияние на инвестиции и рост экономики. Вместе с тем, они имеют достаточно хорошую подготовку к защите прав собственности, инте-

ресов и знают, как уведомить госорганы о вероятной неправомерности в действиях компаний и финансовых посредников, что сокращает степень их незащищенности в случае злоупотреблений полномочиями и мошенничества.

Однако, низкий уровень финансовой грамотности, наоборот, делает гражданина очень уязвимым. На макроэкономическом и микроэкономическом уровнях низкая степень финансовой грамотности населения может характеризоваться по-разному.

На макроэкономическом уровне: высокая нагрузка на бюджеты всевозможных уровней, низкий уровень развития финансового рынка и низкий темп экономического роста и уровня жизни среди населения.

На микроэкономическом уровне: высокий уровень кредитной задолженности среди населения, неразумная трата денежных средств, неспособность формирования и распределения личных сбережений.

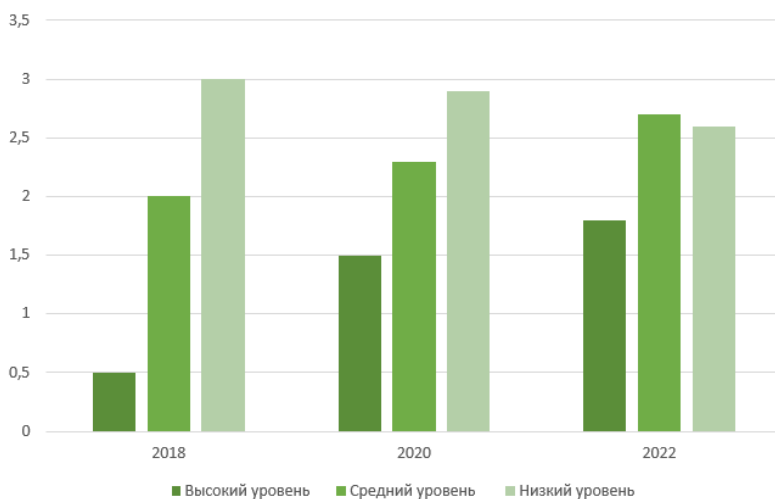


Рис. 1. Уровни финансовой грамотности населения РФ в период с 2018–2022 гг.

На сегодняшний день финансовая грамотность населения в России находится на довольно низком уровне. Относительно небольшая доля граждан разбираются в услугах и продуктах, которые предлагаются коммерческими банковскими структурами, финансовыми учреждениями, страховыми компаниями и т.д. Согласно статистике порядка 35% россиян хранят собственные сбережения дома, т.е. за пределами финансовых рынков, а более 50% не пользуются

предлагаемыми финансовыми институтами услугами, т. к. считают их недостаточно понятными. Для подтверждения вышесказанного предлагаем рассмотреть уровни финансовой грамотности населения РФ в период с 2018–2022 гг. представленные на рисунке 1.

Несмотря на большое количество ресурсов, которые предназначены для повышения финансовой грамотности населения, они в большей части носят специализированный характер, или имеют коммерческую специализированную основу, или же не особо популяризованы. Существуют ресурсы вполне популярные, но к ним россияне обращаются уже после возникновения какой-либо финансовой проблемы.

На современном этапе повышение финансовой грамотности населения стало первостепенной задачей как для государства, так и для участников рынка. Для этого правительством была разработана «Стратегия повышения финансовой грамотности населения в Российской Федерации на 2017–2023 годы», которая нацелена на внедрение в образовательную среду действенных инструментов, позволяющих сформировать знания и навыки, содействующие грамотному подходу и обращению с финансовыми инструментами. Согласно результатам проводимых исследований, более информированным в вопросах управления личными финансами, является население среднего возраста, которое имеет опыт собственного ведения бизнеса, участия в инвестировании, использовании банковских продуктов и услуг. Менее подготовленными являются дети, молодежь и пенсионеры.

Большинство экспертов полагают, что обучение, нацеленное на увеличение финансовой грамотности населения целесообразнее осуществлять в довольно раннем возрасте. Последние исследования демонстрируют, что финансовое самосознание формируется у молодых людей в раннем возрасте и оно напрямую связано с финансовой осведомленностью в более старшем возрасте. Следовательно, чем раньше у них будут формироваться полезные финансовые привычки, что в свою очередь приведет к более ответственному финансовому поведению во взрослом возрасте. Получение начального финансового образования должно реализовываться в школе, поскольку это позволяет заложить основы финансовых знаний и навыков в довольно раннем возрасте, что определенно даст молодым людям важные преимущества в будущем, а также обучение позволит охватить целое поколение населения, вне зависимости от социального и материального положения. Поэтому по мнению экспертов большая часть современных программ по финансовой грамотности должна быть направлена на подрастающее поколение [2].

Вместе с тем следует упомянуть тот факт, что развитие IT-технологий позволяет увеличивать уровень обслуживания клиентов, что в свою очередь упрощает жизнь населения и делает ее более комфортной. Однако оно требует владения минимальными знаниями и навыками в области информационных и цифровых технологий. Значительная часть населения пока не готова грамотно пользоваться предлагаемыми финансовыми продуктами и услугами. Тем не менее согласно исследованиям, посвященным цифровой грамотности, напротив, более молодые поколения опережают старшие. Людям старших возрастных категорий труднее осваивать технологические нововведения. Из всего вышесказанного следует, что в таких обстоятельствах активность потребителей на рынке финансовых продуктов и услуг зависит не только от уровня их финансовой грамотности, но и уровня их цифровой активности [3].

Исходя из всего вышеперечисленного можно выделить следующие проблемы формирования финансовой грамотности в России:

- Достаточно низкий уровень информированности населения о том, какими правами обладает потребитель финансовых услуг и как их можно отстаивать в случае необходимости;
- Потеря населением доверия к финансовым продуктам и услугам;
- Старшее поколение обладает минимальными знаниями и навыками в области информационных и цифровых технологий, а как следствие, является уязвимым для мошенников;
- Особенности менталитета;

Можно предложить ряд мероприятий для решения данных проблем:

- разработка информационно-образовательного портала, целью функционирования которого является решение вопросов в области личных финансов и защиты прав потребителей;
- создание бесплатных «горячих линий» по оказанию финансовой поддержки. А именно о предоставлении информации о возможностях негосударственных пенсионных выплат, способов открытия собственного бизнеса;
- проведения бесплатных семинаров для населения.

#### *Литература:*

1. Эволюция финансовой грамотности — Invest planning group. — Текст: электронный // [investplanninggroup.com](https://investplanninggroup.com): [сайт]. — URL: <https://investplanninggroup.com/evolyutsiya-finansovoj-gramotnosti/>



2. Статья «Перспективы развития повышения финансовой грамотности населения РФ». — Текст: электронный // znanio.ru: [сайт]. — URL: <https://znanio.ru/media/statya-perspektivy-razvitiya-povysheniya-finansovoj-gramotnosti-naseleniya-rf-2521796>
3. Винникова, И. С. Проблемы формирования финансовой грамотности в России / И. С. Винникова, Е. А. Кузнецова, Е. С. Мухина. — Текст: непосредственный // Современные исследования социальных проблем. — 2019. — С. 59–62.

## Концептуальные подходы к управлению предпринимательскими рисками

Нагорная Виктория Сергеевна, студент

Московский государственный институт международных отношений (университет)  
МИД России

**У**правление предпринимательскими рисками — это процесс выявления, оценки и контроля рисков, которые могут оказать негативное влияние на деятельность или цели организации. Управление бизнес-рисками включает в себя выявление потенциальных угроз деятельности, финансам и репутации компании, а также разработку стратегий по минимизации воздействия этих рисков. Риски могут исходить из самых разных источников, включая финансовые, операционные, стратегические, юридические и экологические факторы.

Эффективное управление рисками требует комплексного и систематического подхода, который включает выявление потенциальных рисков, оценку их вероятности и потенциального воздействия, а также реализацию мер по их смягчению или предотвращению. Это часто включает в себя разработку планов на случай непредвиденных обстоятельств и установление четких протоколов реагирования на различные типы рисков. Фрэнк Найт (1885–1972) в своей книге «Риск, неопределенность и прибыль» утверждал, что предприниматели и организации сталкиваются с двумя типами неопределенности: риском, который поддается измерению и которому можно присвоить вероятности, и неопределенностью, которая не поддается измерению и не может быть предсказана. Он предположил, что предприятия могут минимизировать риски, собирая информацию, диверсифицируя свои инвестиции и принимая расчетные риски, основанные на их понимании рынка.

Существует несколько типов предпринимательских рисков, в том числе:

1. Финансовые риски. Эти риски связаны с финансовыми вложениями предпринимателя в бизнес. Предприниматель может столкнуться с риском потери своих инвестиций, если бизнес не будет приносить прибыль.

2. Рыночные риски: эти риски связаны со спросом на продукт или услугу, предлагаемую бизнесом. Предприниматель может столкнуться с риском низкого спроса или конкуренции на рынке.

3. Операционные риски. Эти риски связаны с повседневной деятельностью бизнеса, включая производство, логистику и управление цепочками поставок. Предприниматель может столкнуться с риском операционной неэффективности или сбоев.

4. Юридические риски. Эти риски связаны с соблюдением законов и правил. Предприниматель может столкнуться с риском судебных исков, штрафов или санкций за несоблюдение требований.

5. Репутационные риски. Эти риски связаны с общественным восприятием бизнеса. Предприниматель может столкнуться с риском негативной огласки или нанесения ущерба имиджу бренда.

6. Риски человеческого капитала. Предприниматель может столкнуться с риском текучести кадров или нехватки квалифицированных рабочих.

7. Технологические риски. Эти риски связаны с использованием технологий в бизнесе. Предприниматель может столкнуться с риском технологического устаревания или разрушения.

Управление бизнес-рисками является важным аспектом любой организации. Он включает в себя выявление потенциальных угроз и реализацию стратегий для предотвращения, смягчения или управления этими рисками. Существует несколько концептуальных подходов к управлению бизнес-рисками, которые организации могут принять, чтобы убедиться, что они адекватно подготовлены к решению потенциальных проблем.

Одним из подходов является традиционный подход к управлению рисками, который включает в себя идентификацию, оценку и приоритизацию рисков. Этот подход включает выявление потенциальных рисков и оценку их вероятности и влияния на организацию. Как только риски идентифицированы и оценены, организация может определить их приоритетность в зависимости от их потенциального воздействия и разработать стратегии для их смягчения или управления ими.

Еще одним подходом к управлению бизнес-рисками является упреждающий подход к управлению рисками. Этот подход включает выявление потен-

циальных рисков до их возникновения и реализацию стратегий по их предотвращению. Проактивный подход включает в себя проведение регулярных оценок рисков, выявление уязвимостей и разработку стратегий по устранению этих уязвимостей.

Третий подход предполагает всестороннее представление рисков во всей организации. Подход к управлению рисками предприятия рассматривает риски на всех уровнях организации, включая стратегические, операционные, финансовые и репутационные риски. Этот подход включает выявление рисков во всей организации, оценку их потенциального воздействия и разработку стратегий по управлению ими или смягчению их последствий.

Наконец, устойчивый подход к управлению рисками включает в себя разработку стратегий, обеспечивающих быстрое восстановление организации после кризиса или сбоя. Подход устойчивости включает в себя выявление потенциальных угроз и разработку стратегий по смягчению этих угроз. Это также включает в себя разработку планов на случай непредвиденных обстоятельств, чтобы гарантировать, что организация может быстро восстановиться после любого сбоя или кризиса.

Таким образом, существует несколько концептуальных подходов к управлению бизнес-рисками. Организации могут принять один из этих подходов или их комбинацию, чтобы убедиться, что они адекватно подготовлены к решению потенциальных проблем. Выявляя потенциальные риски, оценивая их потенциальное воздействие и разрабатывая стратегии по управлению ими или смягчению их последствий, организации могут защитить свои активы, репутацию и будущий успех. Эффективное управление рисками необходимо для обеспечения долгосрочной устойчивости и успеха любого бизнеса. Тщательно оценивая и контролируя риски, предприятия могут свести к минимуму вероятность негативных последствий и подготовиться к будущему росту и прибыльности.

#### *Литература:*

1. Адаменко А.А. Концептуальные основы построения эффективной системы управления рисками / А.А. Адаменко, Р.Р. Аванесова, А.С. Цысов // Вестник Академии знаний. — 2022. — № 48 (1). — С. 8–11.
2. Концептуальные основы управления преимуществами и рисками при построении бизнеса в формате контракта жизненного цикла высокотехнологичной продукции / О.С. Валинский, А.Н. Маврин, И.А. Посадов

- [и др.] // Вопросы инновационной экономики. — 2022. — Т. 12, № 1. — С. 237–258.
3. Маркова А. Предпринимательство как явление: взгляд историка экономической науки / А. Маркова, Ю. Федулов // Вестник Института экономики Российской академии наук. — 2010. — № 2. — С. 106–116.

## **Проблемы, возникающие при анализе эффективности инструментов доверительного управления рынка РФ**

Омельченко Владимир Константинович, студент магистратуры  
Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

*В статье рассматриваются трудности, характеризующие анализ эффективности инструментов доверительного управления, представленных на российском рынке.*

***Ключевые слова:** экономика, эффективность, фонды доверительного управления.*

**В** настоящее время рынок доверительного управления (ДУ) активами растёт большими темпами. Например, в [1] сообщается, за 2019 год число клиентов, пользующихся услугами доверительного управления, возросло на 124%. В связи с этим для инвесторов становится крайне актуальной проблема выбора фондов ДУ, которым они готовы доверить свои сбережения. Они заинтересованы в выборе наиболее эффективных фондов из всего многообразия доступных им.

В статье рассматриваются три основные проблемы, возникающие при анализе эффективности фондов ДУ РФ, на примере паевых инвестиционных фондов (ПИФов).

1. Проблемы различий в категориях ПИФов и в их базовых индексах (бенчмарках).

Как известно, важнейшая цель инвестирования в ПИФы — получение доходности выше рыночной. Поэтому логично сравнивать доходности ПИФов с доходностями некоторых базовых индексов. Однако уже на этапе выбора бенчмарка нас ожидают трудности.

В [2] указано, что из-за разницы в структуре и составе ПИФов невозможно сравнивать все ПИФы с некоторым «общим» бенчмарком. Ведь, подобно тому, как инвесторы в акции имеют цели, отличные от целей инвесторов в облига-

ции, инвесторы в ПИФы акций также имеют отличные от инвесторов в ПИФы облигаций цели (и должны использовать разные базовые индексы). Авторы отмечают, что, например, в странах ЕС и в США предусматривается включение категории фонда в его название. Но похожая норма для РФ была отменена в 2016 году Банком России (но, тем не менее, большинство российских ПИФов следуют прежним подходам).

Таким образом, задачи выбора бенчмарка и выявления категории фонда целиком ложатся на потенциального инвестора. Они являются важными из-за того, что сравнивать эффективность управления ПИФами нужно в рамках их категории.

2. Проблемы различий в «активности управления» ПИФами их менеджерами.

Следующая трудность касается определения того, какой тип управления фондом используется его менеджером: активный или пассивный. Активный тип управления характеризуется частыми ребалансировками портфеля в стремлении получить доходность выше рыночной. При пассивном типе управления ребалансировки происходят намного реже, целью является «копирование» бенчмарка (и получение доходности, близкой к рыночной).

Из определений следует, что активно управляемые фонды будут иметь более высокий показатель рыночного риска, чем их пассивно управляемые аналоги. Также логично предположить, что фонды с активным типом управления должны характеризоваться и более высокой премией менеджеру из-за более высокой трудоёмкости процесса управления такими фондами. Мировая практика подтверждает корректность этого.

В [3] авторы провели сравнение характеристик этих типов для рынка РФ. Они выяснили, что рядовому инвестору на российском рынке следует ориентироваться на фонды с пассивным управлением, так как более высокая доходность активно управляемых фондов не перекрывает их более высокого риска. Несмотря на это, активно управляемые фонды более популярны среди инвесторов.

Следовательно, при анализе эффективности управления ПИФами, необходимо учитывать тип управления, который используется в фонде. Однако определение этого типа не всегда является тривиальной задачей для рядового инвестора.

3. Проблемы, связанные с недостатком информации.

Как известно, фондовый рынок РФ относительно молод (датой начала его существования в современном виде считают 1991 год). В связи с этим рынок

ПИФов РФ также очень молод: первая управляющая компания получила лицензию только в 1996 году (для сравнения — в США первый взаимный фонд был создан в 1924 году). Из-за этого инвесторам доступна информация о деятельности управляющих компаний за сильно меньший период времени.

Отставание наблюдается также и в других важных для инвестора областях: законодательное регулирование доверительного управления, уровень информации, предоставляемый рейтинговыми агентствами, доверие населения и бизнеса к финансовым институтам.

В связи с вышесказанным, исследователи рынка РФ (а также желающие инвестировать в ПИФы РФ) вынуждены иметь дело с сильно меньшим объемом информации, чем те, кто исследует фонды ДУ развитых стран (а также те, кто хочет инвестировать в них).

Подводя итог, анализ эффективности фондов ДУ, действующих на рынке РФ, сопряжён с множеством трудностей, которые следуют из разнообразия категорий ПИФов, представленных на рынке (и, как следствие, сложности выбора бенчмарка для конкретного фонда), существования двух противоположных типов управления фондами, а также из недостатка информации о деятельности фондов.

### *Литература:*

1. Бричка Е. И., Колесник И. А., Жаркова Ю. С. Профессиональная деятельность на российском рынке ценных бумаг: основные тенденции // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2021. № 1 (54). С. 125–132.
2. Абрамов А. Е., Радыгин А. Д., Чернова М. И. Эффективность управления портфелями паевых инвестиционных фондов акций и ее оценка // Экономическая политика. 2019. № 4 (14). С. 8–47.
3. Володин С. Н., Кузнецова М. С. Сравнение активно и пассивно управляемых инвестиционных фондов // Корпоративные финансы. 2015. № 4 (9). С. 89–102.
4. Кокоева Луиза Темболатовна, Колиева Ангелина Эдуардовна Некоторые проблемы доверительного управления ценными бумагами // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. 2018. № 1 (45). С. 49–56.

5. Люц Е. В. Механизмы совершенствования доверительного управления на российском рынке ценных бумаг // Достижения вузовской науки. 2014. № 12, С. 129–143.

## **Анализ лесопромышленного комплекса РФ после развала СССР**

Романов Иван Андреевич, студент магистратуры

Московский университет имени С.Ю. Витте

*Динамика развития лесопромышленного комплекса России за рассматриваемый период существования как советской, так и постсоветской модели развития лесопромышленного комплекса характеризовался резким ростом, затем стадией зрелости и впоследствии стадией упадка. Причем такая динамика была отмечена как в производственно-экономических показателях, так и в показателях капитальных вложений, которые затронули производственную и социальную инфраструктуру лесопромышленного комплекса. Такого рода динамика также повлияла на количественные и качественные показатели развития механизации в лесопромышленном комплексе и процесс внедрения достижений научно-технического прогресса. Также следует отметить, что в последние годы в России наблюдается тенденция к повышению внимания к экологической проблематике и устойчивому лесопользованию. Это проявляется в разработке и реализации программ по охране и восстановлению лесов, а также в ужесточении контроля за вырубкой и лесопереработкой. Несмотря на сложности и вызовы, с которыми сталкивается лесопромышленный комплекс России, его развитие продолжается и остается важным сектором экономики страны.*

**Ключевые слова:** лесопромышленный комплекс, распад СССР, лесоперерабатывающий комплекс, лесная промышленность.

## **Analysis of the timber industry complex of the Russian Federation after the collapse of the USSR**

*The dynamics of the development of the Russian timber industry during the period under review of the existence of both the Soviet and post-Soviet models of the development of the timber industry was characterized by a sharp increase, then a stage*

*of maturity and, subsequently, a stage of decline. Moreover, such dynamics was noted both in production and economic indicators and in indicators of capital investments, which affected the production and social infrastructure of the timber industry. This kind of dynamics also influenced the quantitative and qualitative indicators of the development of mechanization in the timber industry and the process of introducing scientific and technological progress.*

**Keywords:** *timber industry, collapse of the USSR, timber processing complex, forestry industry.*

Леса Российской Федерации покрывают 45 процентов ее территории, с расчетным запасом 81 600 млн м<sup>3</sup>, из которых 48 млрд м<sup>3</sup> составляют спелые леса. Общеизвестно, что в Российской Федерации сосредоточена почти четверть лесных ресурсов планеты, уникальное богатство российских лесов позволило стране развивать лесную, целлюлозно-бумажную и деревообрабатывающую промышленность, которые играют важную роль не только в экономике страны и соседних стран, но и в европейской и мировой торговле лесоматериалами. В прошлом лесная промышленность была одной из ведущих отраслей народного хозяйства. До недавнего времени торговля древесиной и изделиями из дерева, которая восходит к десятому веку, обеспечивала стране позицию экспортера мирового класса и служила основным источником иностранной валюты [2].

Таково было положение российской экономики до 1917 г., затем в 1920-е и 1930-е гг., когда господствовала политика ускоренного промышленного развития, а также в период послевоенного восстановления российской экономики. Быстрый рост объемов экспорта энергоресурсов (газа и сырой нефти), машин и вооружений был единственной причиной того, что продукция из древесины и бумаги стала составлять меньшую долю в стоимостном выражении внешней торговли страны.

В настоящее время в Российской Федерации насчитывается около 3500 специализированных лесозаготовительных и деревообрабатывающих предприятий, а также около 33000 фирм, занимающихся лесовосстановлением, заготовкой и переработкой древесины. Помимо этих отраслевых предприятий, древесину используют практически все основные отрасли экономики, включая строительство, машиностроение, горнодобывающая и нефтедобывающая промышленность, сельское хозяйство, транспорт, связь, торговля и химическое производство. Тем не менее, несмотря на значительный потенциал лесной промышленности, природные ресурсы Российской Федерации используются недостаточно. В то время как в 1980-х годах лесные ресурсы увеличивались естественным об-



разом со скоростью от 750 млн до 800 млн м<sup>3</sup> в год, вывозка не превышала 400 млн м<sup>3</sup>, а в последующие годы упала ниже половины этого показателя [3].

В 1992 году Российская Федерация приступила к радикальным экономическим реформам. К тому времени возможности эволюционного реформирования в рамках экономики, управляемой по принципу централизованного государственного планирования, были в значительной степени исчерпаны. К сожалению, переход к рыночной экономике был осложнен политическими потрясениями, приведшими к распаду СССР и образованию новых независимых государств, наложивших ограничения на свободный вывоз товаров и капитала за пределы своих границ. Единая экономическая система разошлась по швам, разрушив хозяйственные связи, сложившиеся между предприятиями, оказавшимися теперь на территориях, принадлежащих разным государствам. Это усложняло бухгалтерские дела и во многом усложняло и удорожало создание рыночных отношений [4].

Например, сократились поставки в Российскую Федерацию деревообрабатывающего оборудования украинских машиностроителей, что привело к значительному сокращению российских продаж лесной продукции в бывшие советские республики.

В связи с финансовыми трудностями и усложнением межгосударственного учета резко увеличились долги по платежам за древесину, реализованную российскими промышленными предприятиями. В конечном итоге это привело к тому, что Российская Федерация резко сократила свои продажи в бывшие советские республики и ухудшила экономическое положение поставщиков.

Реформирование российской экономики, в том числе лесопромышленного комплекса, действительно является непростой задачей: инфляция серьезно тормозит экономическую активность; цены на товары выросли в 1992 г. в 26 раз, а в 1993 г. — еще в 14 раз; централизованное инвестирование в промышленность практически остановилось. Все эти негативные факторы привели к значительному сокращению производства основных видов продукции [1].

Из-за недостаточного объема капиталовложений значительно замедлилось и обновление производственных мощностей в лесной промышленности: к началу 1991 года 50% нуждались в замене. В результате лесопромышленный комплекс Российской Федерации столкнулся с переходом к свободному рынку тогда, когда он был для этого наименее приспособлен. Отрасль оказалась в критической ситуации, характеризующейся:

- сокращение внутреннего производства основных видов продукции из древесины и бумаги; тенденция к сокращению производства не достигла предела в 1993 г. и не достигла его в начале 1994 г.;

- ухудшение финансового положения предприятий отрасли в связи с увеличением неплатежей — на начало 1994 года задолженность покупателей лесобумажной продукции за поставленную им продукцию возросла до 900 миллиардов рублей, что составляет примерно 30 процентов годового объема в сектор [2].

Таким образом, перспективы лесной отрасли Российской Федерации остаются крайне сложными и нестабильными. В условиях зарождающегося свободного рынка предприятия сталкиваются с большими трудностями в адаптации к новым условиям. До сих пор не разработаны эффективные методы государственного экономического вмешательства для стимулирования роста производства и технологического перевооружения. Тем не менее эти трудности свидетельствуют не о провале проводимых реформ, а о сложностях и проблемах переходного периода. Те невзгоды, с которыми сталкиваются в настоящее время предприятия лесной промышленности, да и всего народного хозяйства, связаны большей частью с неудовлетворительным состоянием производственной базы или с незапланированным, преждевременным разрывом с существующими хозяйственными и организационными укладами [3].

В соответствии с Законом от 3 июля 1992 г. «О приватизации государственных и муниципальных предприятий в Российской Федерации» с 1992 г. ведется работа по разгосударствлению предприятий лесной отрасли, а также других отраслей народного хозяйства. При приватизации как отдельные граждане, так и акционерные общества могут приобретать (в качестве частной собственности от государства) землю, предприятия, мастерские, оборудование, здания и объекты инфраструктуры, а также приобретать доли в акционерных обществах. Перечень привлекаемого имущества, а также приоритеты и ограничения на проведение приватизации устанавливаются в программе правительства, которую должен реализовать Государственный комитет по управлению государственным имуществом (Госкомимущество) [1].

Вызовы современности для лесопромышленного комплекса России К сожалению, период 1990-х — начала 2000-х годов не принес решающих изменений в модернизации и выстраивании оптимальной модели развития российского лесопромышленного комплекса. Инвестиционное недофинансирование экономики отрасли привело к старению основных фондов и не обеспечивало даже простого процесса воспроизводства, что увеличивало износ экономической и социальной инфраструктуры лесопромышленных предприятий [2].

Некоторый рост экономики был обусловлен главным образом оппортунистическими внешними факторами, усилением эксплуатации существующих

основных фондов, организационными усовершенствованиями, усиленной интенсификацией труда и развитием не связанного со сбором средств и технологически упрощенного производства товаров и услуг. Налоговые поступления, как правило, увеличивались за счет сужения круга налогоплательщиков по подоходному налогу в результате закрытия многих лесопромышленных предприятий.

Государственные расходы на социальные трансферты выросли, что привело к ужесточению фискальной политики государства по отношению к бизнесу. Это, в свою очередь, способствовало ухудшению инвестиционного и делового климата. Вышесказанное подразумевает усиление влияния комплексного потенциала государства, общества, науки и образования на развитие приоритетных видов экономической деятельности для лесной промышленности и их интеграцию в развитые высокотехнологичные кластеры, сочетающие эффективное функционирование малого, среднего и крупного бизнеса [4].

Динамика развития российского лесопромышленного комплекса в период существования как советской, так и постсоветской модели развития лесопромышленного комплекса характеризовалась резким ростом, затем стадией зрелости и, впоследствии, стадией упадка. Причем такая динамика была отмечена как в производственно-экономических показателях, так и в показателях капитальных вложений, которые затронули производственную и социальную инфраструктуру лесопромышленного комплекса.

Такого рода динамика также повлияла на количественные и качественные показатели развития механизации в лесопромышленном комплексе и процесс внедрения достижений научно-технического прогресса. Основываясь на наших результатах, мы можем подтвердить гипотезы о том, что обе модели развития советского и постсоветского лесопромышленного комплекса имеют значительные показатели неэффективности. Обе эти модели не смогли превратить лесопромышленный комплекс России в эффективную и современно развивающуюся отрасль экономики. Это требует поиска новых путей развития [4].

На современном этапе российскому государству необходим срочный переход к выстраиванию кластерной политики в лесопромышленном комплексе. Такая политика должна проводиться как на региональном уровне, так и в целом и в контексте международного сотрудничества. Предпосылкой такой политики должно стать условие, при котором лесопромышленные кластеры выходили бы за пределы как отдельных регионов, так и межгосударственных границ, создавая условия для стабильного развития российской лесной промышленности в ближайшие годы. Лесная промышленность является важной

частью российской экономики, особенно в Байкальском регионе и прилегающем к нему Красноярском крае на западе, а также в приграничных регионах, включая Республика Бурятия, Забайкальский край и весь Дальневосточный федеральный округ на востоке. Поэтому его состояние оказывает большое влияние на экономику всей России [3].

Развитие лесной промышленности играет особую роль благодаря ее тесным связям с другими отраслями национальной экономики. Поскольку леса обеспечивают нас как сырьем, так и комплектующие, например, для строительства, агропромышленного комплекса (АПК), производства мебели и других отраслей промышленности. Такие отрасли, как сельское хозяйство и фармацевтическая промышленность, связаны с кормами, пищевыми продуктами и лекарственными ресурсами леса.

Огромное значение лесной промышленности для всех слоев населения обусловлено экологическими, социальными, защитными, рекреационными, культурными и эстетическими преимуществами (услугами) леса. Обилие лесных ресурсов сыграло решающую роль в формировании многих отрасли народного хозяйства. Современная лесная промышленность России включает в себя следующее:

Можно отметить следующие изменения, происходившие в лесном комплексе в последнее десятилетие XX в. К началу 1990 г. доля ЛК в валовом общественном продукте страны составила около 3% при невысоком качестве отечественной продукции из дерева. В табл. 1 приведен выход продукции из заготовленной древесины в 1990 г. (таблица 1).

Таблица 1. **Объемы производства некоторых видов лесопродукции в расчете на 1000 куб. м заготовленной древесины в 1990 г. [2]**

Страна	Пиломатериалы (включая шпалы), м <sup>3</sup>	Фанера, м <sup>3</sup>	Целлю- лоза, т	Бумага и картон, т
Россия, в среднем	225,0	5,3	24,8	27,4
В том числе:				
Архангельская область	221,0	2,3	99,0	45,3
Республика Карелия	96,0	5,1	16,0	36,0
Республика Коми	186,0	2,6	71,4	118,2
Пермская область	204,0	8,8	31,7	69,9
Финляндия	181,5	14,5	203,0	348,4
Швеция	220,0	14,0	287,0	146,0

Из-за специфики проведения приватизации в России и отсутствия государственной поддержки в лесопромышленном комплексе страны за десятилетие (1990–2000 гг.) произошел обвал.

Тем не менее, несмотря на общую стабилизацию, после 2000 г. предприятия лесного комплекса начали наращивать убытки.

В 1990–2007 гг. в мире наиболее высокими темпами развивались производства по химико-механической и химической переработке древесины (таблица 2).

Таблица 2. **Объемы мирового лесопромышленного производства за 1990–2007 гг. (без учета России) [2]**

Показатель	1990 г.	1998 г.	2005 г.	2007 г.	2007 г. в% к 1990 г.
Заготовка древесины, млн куб. м	3147,2	3129,2	3316,2	3400,0	108,0
Пиломатериалы, млн куб. м	430,7	358,0	406,0	410,0	95,2
Фанера, млн куб. м	46,2	49,0	66,4	74,1	160,8
Древесностружечные плиты, млн куб. м	44,8	70,9	95,7	106,3	237,3
Древесноволокнистые плиты, млн куб. м	18,7	27,1	55,6	67,5	361,0
Бумага и картон, млн т	230,7	298,1	347,1	365,1	158,2

Из данных таблицы видно, Россия существенно отстает от развитых стран, занимая в 2007 г., например, по производству бумаги и картона 11-е место в мире и изготавливая этой продукции на порядок меньше, чем США. В России произошло лишь некоторое ускорение темпов производства древесностружечных плит.

Таким образом, инновационные изменения в лесной промышленности, которые могут повысить эффективность и продуктивность отрасли, невозможны и должны начинаться с институциональных изменений в собственности и в других институциональных отношениях. Основным условием трансформации лесной отрасли на инновационной основе является формирование отрасли. Теперь мы изучим передовой опыт в области лесопользования и развития лесной промышленности в России, чтобы проанализировать концепцию и состав инновационной системы лесной промышленности.

Основываясь на результатах, мы можем подтвердить гипотезы о том, что обе модели развития советского и постсоветского лесопромышленного комплекса имеют значительные показатели неэффективности. Обе эти модели не смогли превратить лесопромышленный комплекс России в эффективную и современно развивающуюся отрасль экономики. Это требует поиска новых путей разви-

тия. На современном этапе российскому государству необходим срочный переход к выстраиванию кластерной политики в лесопромышленном комплексе. Такая политика должна проводиться как на региональном уровне, так и в целом и в контексте международного сотрудничества. Предпосылкой такой политики должно стать условие, при котором лесопромышленные кластеры выходили бы за пределы как отдельных регионов, так и межгосударственных границ, создавая условия для стабильного развития российской лесной промышленности в ближайшие годы.

### *Литература:*

1. Основы лесного законодательства Российской Федерации (Основы лесного законодательства Российской Федерации), одобренный Верховным Советом РФ 6 марта 1993 г., № 46131.
2. Алексеенко А. А. Переработка древесины лесоперерабатывающего комплекса России и ее отходов во вторичные продукты / А. А. Алексеенко, Д. В. Шушпанова // Ученые записки Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского. Биология, химия. — 2021. — Т. 7 (73), № 2. — С. 3–13
3. Кулагин О. И., Шегельман И. Р. Советская и постсоветская модели развития лесопромышленного комплекса России во второй половине XX века: проблемы, вызовы, решения // Вестник ВолГУ. Серия 4, История. Регионоведение. Международные отношения. 2018. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/soviet-and-post-soviet-models-of-development-of-the-timber-industry-complex-of-russia-in-the-second-half-problem-xx-veka> (дата обращения: 15.04.2023).
4. Antonova, Natalia. (2017). Transformation of the Forest Complex during the Years of Russian Reforms: The Far Eastern Viewpoint. *Spatial Economics*. 3. 83–106. 10.14530/se. 2017.3.083–106.
5. «Лесное хозяйство СССР за 50 лет» Редактор А. Л. Цымек, Редактор издательства З. С. Чугунова, Технические редакторы В. В. Куликова, Г. П. Головкина, Корректор Е. Н. Соколова, Переплет художника Г. Р. Левина, Ленинградская типография № 8 Главполиграфпрома Комитета по печати при Совете Министров СССР Ленинград, Прачечный пер., д. 6 <https://www.booksite.ru/fulltext/za5/let/10.htm>
6. Желдак Владимир Иванович «Эколого-лесоводственные основы целевого устойчивого управления лесами» <https://www.dissercat.com/content/>

ekologo-lesovodstvennyye-osnovy-tselevogo-ustoichivogo-upravleniya-lesami/read

7. Кулагин О. И. Трансформационные процессы в лесопромышленном комплексе России в 1991–2000 гг. (по данным официальной статистики РФ) [1] // Вестник науки и образования Северо-Запада России. 2016. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsionnye-protsessy-v-lesopromyshlennom-komplekse-rossii-v-1991-2000-gg-po-dannym-ofitsialnoy-statistiki-rf-1> (дата обращения: 17.04.2023).
8. Гиряев М. Д. Лесоустройство: проблемы, решения // Вестник МГУЛ — Лесной вестник. 2013. № 4 (96). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lesoustroystvo-problemy-resheniya-1> (дата обращения: 12.04.2023).

## МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

### **Влияние образа знаменитых спортсменок-феминисток на поведение целевой аудитории спортивных брендов**

Марюшкина Ева Сергеевна, студент

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»  
(г. Москва)

*В данной статье проанализированы исследования о влиянии образа знаменитости на имидж бренда, проанализированы исследования, в которых были сформулированы особенности образа знаменитостей, имеющие значение для потребителей, а также особенности образа знаменитости-активиста и образа знаменитости-спортсмена, степень их влияния на целевую аудиторию, изучены и описаны исследования, раскрывающие специфику тенденции фемвертайзинга и его эффективности.*

**Ключевые слова:** маркетинг, спортивный брендинг, фемвертайзинг, амбассадор, целевая аудитория

### **В**ведение

Тема влияния образа знаменитости на потребительское поведение целевой аудитории на данный момент уже изучена рядом научных исследователей, чьи труды отражены во множествах научных работ. В научном дискурсе особенно изучается использование знаменитостей как эффективного инструмента маркетинговых коммуникаций для продвижения имиджа бренда. Изучение степени влияния амбассадоров на аудиторию является неотъемлемой задачей деятельности как для маркетологов, так и исследователей в сфере коммуникаций. Маркетологам необходимо использовать именно те приемы, которые наилучшим способом смогут продвинуть определенный продукт или услугу в массовых медиа. Именно поэтому любой компании, заключающей контракт со знаменитостями и в дальнейшем транслирующей их от лица бренда, необходимо точно понимать, какую реакцию вызовет этот амбассадор у аудитории, как образ знаменитости будет совмещаться с имиджем бренда, и, наконец, как амбассадор будет влиять на потребительское поведение целевой аудитории.



Тем не менее, в медиа и маркетинговой практике можно встретить как успешные, так и неудачные кейсы продвижения бренда с использованием знаменитостей, но все они по-своему интересны.

Данная статья специализируется на изучении маркетинговых коммуникаций с использованием амбассадоров в **спортивном брендинге**, рассмотрении **фемвертайзинга** как феномена в маркетинге, а также рассмотрении специфики влияния амбассадора-активиста феминизма на целевую аудиторию.

Разберем эти два понятия:

**Спортивный брендинг** — бренд в спорте — это маркетинговая, общественная или политическая технология, цели которой — создание имиджа товарному знаку, идее, человеку, брендам, а также информирование об их ценностях, которые привлекают целевую аудиторию и вызывают у нее положительные эмоции. Спортивный брендинг в широком смысле — это системная работа с населением, направленная на формирование нормативной спортивной культуры, понимания необходимости ведения здорового образа жизни, поддержание интереса к спортивным мероприятиям, формирование позитивного имиджа страны через проведение крупномасштабных мероприятий. Спортивный брендинг становится деятельностью по созданию долгосрочного предпочтения к бренду как совокупному продукту [22].

**Фемвертайзинг** (femvertising, от англ. слов female (женщины) и advertising (реклама) — это реклама, направленная на женскую целевую аудиторию. В концепции фемвертайзинга главным образом стоит обращение к женщинам и вызов принятым в обществе гендерным ролям. В такой рекламе женщины показаны сильными и независимыми: фемвертайзинг популяризирует идею о равноправии женщин в обществе, выступает против сексизма и сложившихся социальных стереотипов, т. е. транслирует идеи феминизма. Такая реклама зачастую выглядит благородно и вызывает чувства уважения к образу сильной женщины. Но даже в этом случае феминистская реклама может вызывать волну критики как со стороны противников феминизма, так и со стороны поддерживающих данное движение. Более того, многих брендов обвиняют в лицемерии и в несоответствии между трансляцией идеологии и реальными принципами деятельности компании спортивного бренда, а продвижение феминизма воспринимается исключительно как инструмент продвижения бренда, который, на самом деле, ни за чьи права не борется. [18, 19, 20]

#### *Влияние знаменитостей на имидж бренда*

В научных работах исследований Seno, D. & Lukas, B., McCracken, G., Rappaport, S. D. и ряд других исследователей отмечают актуальность влияния

знаменитостей в формировании имиджа бренда. Наряду с этим авторы указывают на важность восприятия имиджа бренда потребителем. [4, 11, 12, 13, 14]. Амбассадоры играют роль «связующего» в отношениях «бренд — потребитель». Так, С. Фурнье выдвигает свою теорию отношений «бренд — потребитель», согласно которой утверждает, что ценность бренда создается в постоянном диалоге между потребителем и брендом [24]. Также исследователи выделяют основные причины, по которым амбассадоры могут влиять на аудиторию: во-первых, знаменитости привлекают к своей персоне (и соответственно — к бренду) больше внимания благодаря своему динамичному и привлекательному образу [1]. Еще одним аспектом авторы выделяют то, что участие знаменитостей в рекламных кампаниях брендов способствует изменению и улучшению имиджа бренда, расширению рынков компании в других странах [18]. Более того, в некоторых исследованиях показано, как знаменитости благодаря своему влиятельному образу способны выводить на рынок товаров и услуг новые бренды [5]. По модели восприятия бренда в исследовании Li, Ji, и Jiang, (2013) имидж бренда включает в себя восприятие организации, восприятие преимуществ, знание продуктов, индивидуальность бренда и субъективную популярность [19]. Так, во многих научных работах показаны результаты исследования, которые доказывают, что участие эндорсеров в рекламных кампаниях положительно влияет на лояльность потребителей к бренду и его восприятие, а также на покупательской способности [1, 6, 11]. Однако в рамках исследования Woźniczka (2011) проводился эксперимент: одной и той же группе студентов презентовали десять телевизионных реклам, в пяти из которых были показаны знаменитости, а в других — обычные люди. Для каждой рекламы респонденты отвечали на вопросы о коммерческом признании, узнаваемости бренда, и о влиянии рекламы на их будущие покупательские намерения. Результаты этого исследования не показали существенных различий в использовании знаменитостей в рекламе [9].

#### ***Особенности образа знаменитости, имеющие значение для потребителей***

Также были проведены исследования, выявляющих значение «привлекательности» у эндорсера. Так, в рамках научного эксперимента у Karasiewicz & Kowalczuk в рекламе принимали участие «привлекательный» актер и «менее привлекательный» актер. Респонденты, которым была представлена реклама от более привлекательной знаменитости, посчитали эту знаменитость как более заслуживающую доверия, а рекламируемый продукт как более качественный, чем в рекламе того же продукта с менее привлекательной знаменитостью [9]. Ряд исследователей, включая Aaker, Fournier, и Brasel, (2004) предположили,

что потребители выбирают те бренды, которые имеют такие индивидуальные характеристики, которые были бы схожими с индивидуальными характеристиками потребителей. Гипотеза исследователей подтвердилась [24].

### ***Влияние образа активиста-знаменитости на поведение потребителей***

Сегодня в медиа индустрии и в сфере брендинга большую роль играет *приверженность к каким-либо идеологиям и взглядам*. Еще большее влияние эндорсеры компаний оказывают на потребителей и на их отношение к бренду, если эти эндорсеры являются активистами каких-либо движений. Исследователи Vredenburg, J. Karitan, S., Spry, A., Kemper, J. A. полагают, что на современном рынке потребители хотят, чтобы бренды занимали определенную позицию в социально-политических вопросах. Авторы предполагают, что таким образом бренды создают наибольший потенциал для социальных изменений и наибольший выигрыш в капитале бренда [8, 19]. А бренды, которые отделяют свои активистские сообщения от своих целей, потенциально вводят потребителей в заблуждение своими претензиями, наносят ущерб и бренду, и аудитории, и потенциалу социальных изменений. Авторы, опираясь на свою теорию, показывают, что активисты могут усиливать результативность компании на переполненном рынке [8, 19].

В контексте литературы, посвященной общественному мнению о спорте и социальных движениях, исследование Intravia, J. Piquero, A. R. Leeper Piquero, N., Byers. (2020) рассматривает пересечения между расой, бизнесом и активизмом. В рамках исследования рассматривалась ситуация с бывшим защитником НФЛ Колином Каперником, который отказался встать во время исполнения американского гимна: это была акция против жестокости полиции по отношению к афроамериканцам. Его протест привел к падению доходов лиги. Наряду с этим Каперник является эндорсером Nike с 2011 года, и новый заключенный контракт с футболистом вызвал критику консерваторов и патриотов среди пользователей социальных сетей. В социальные сети начали выкладывать фото и видео сожжения продукции Nike, что негативно сказалось на имидже бренда. Однако по результатам вышеуказанного исследования, полученных при выборке молодых людей, при соотношении 2:1 (чернокожие и белокожие), чернокожие с большей вероятностью соглашались с решением Nike использовать Каперника в своей рекламе, и поддерживали то, что Nike должна решать социальные проблемы в своей рекламе [8].

### ***Влияние медиа-знаменитости в социальных сетях***

Социальные сети, через которые компании предоставляют продукты своего бренда аудитории, имеют все большее значение в маркетинге [15, 16]. В исследовании Sokolova, K. Kefi. N. рассматриваются сигналы убеждения, связан-

ные с влиянием красоты и моды, присутствующими на YouTube и Instagram<sup>1</sup>, а особенно — исследуется связь между пара-социальным взаимодействием, создаваемым аудиторией с медиа влиятельным лицом, и намерением покупки. Результаты исследования показывают, что физическая привлекательность или демонстрируемая красота имеет отрицательную связь или отсутствие доказательств связи. Более важным аспектом выступает доверие к влиятельным лицам, а также сам феномен пара-социальных отношений, которые влияют на намерение покупки [15, 16].

### ***Влияние спортсменов-знаменитостей на покупательские намерения потребителей***

В спортивном маркетинге понимание интереса спортивных болельщиков имеет важные последствия для организации турниров и средств массовой информации. На настоящий момент влияние игрока на вовлеченность в спорте пользователей социальных сетей все еще неуловимо [3]. В исследовании Chmait, N. Westerbeek, H. Eime, R. Robertson, S. Sellitto, C. Reid, M. используются данные периода Большого Шлема Australian Open 2019 года и упоминания элитных теннисистов в социальных сетях: Twitter, Facebook, YouTube и Instagram<sup>2</sup> в течение периода Большого Шлема. Показано, что отбор игроков оказал сильное положительное влияние на стимулирование активности и вовлеченности пользователей в социальных сетях. Кроме этого, авторы указывают на влияние игрока на участие в социальных сетях и его/ее дифференцированное влияние на спрос на билеты Australian Tennis Open. Далее авторы обсуждают, что знаменитости могут влиять на оптимизацию планирования теннисных турниров, на определение платы за появление игроков и повышение участия в спорте [3]. Таким образом, можно утверждать, что образ знаменитых спортсменов влияет на покупательские намерения аудитории.

### ***Феномен фемвертайзинга***

Ряд изученных и проанализированных исследований были посвящены и тенденции фемвертайзинга. Придуманый как комбинация «феминизма» и «рекламы», фемвертайзинг определяется как «реклама, в которой используются женские таланты, сообщения и образы для расширения прав и возможностей женщин и девочек», или только как «реклама расширения прав и возможностей женщин» [22]. В некоторых исследованиях показано, как новая тенденция про-

<sup>1</sup> Instagram — проект Meta Platforms Inc., деятельность которой запрещена в Российской Федерации

<sup>2</sup> Facebook/Instagram — проект Meta Platforms Inc., деятельность которой запрещена в Российской Федерации

женской, стереотипной рекламы набирает популярность и общественное признание. Исследования демонстрируют эффективность рекламы, популяризирующей расширение прав и возможностей женщин [20]. В статье «Advertising «like a girl»: Toward a better understanding of «femvertising» and its effects» исследуется влияние фемвертайзинга. Исследователи предположили, что фемвертайзинг, по сравнению с традиционным изображением женщин в рекламе, снижает реактивность рекламы среди женской целевой аудитории, и что это, в свою очередь, улучшит отношение к рекламе и бренду. Гипотеза подтвердилась: результаты показывают, что маркетологи могут многое выиграть от адаптации более активного и внимательного подхода к изображениям женщин, которые они используют в своей рекламе [22]. В статье «Feminism in advertising: irony or revolution? A critical review of femvertising» определены основные факторы, ведущие к фемвертайзингу: (1) растущая активность вокруг лучшего представления женщин в рекламе; (2) активизм бренда и сознательный капитализм; (3) критика корпоративного и товарного феминизма; (4) повышение осведомленности о гендерных стереотипах; (5) и усиление контроля со стороны регулирующих органов за представлением гендерных ролей в рекламе [21]. В целом исследования показывают, что фемвертайзинг является выигрышной маркетинговой стратегией, вознаграждающей бренды за соответствие ожиданиям клиентов в отношении расширения прав и возможностей женщин [23]. В последние годы основные бренды используют фемвертайзинг как идеальное сочетание продажи товаров с расширением прав и возможностей женщин [6]. Интересный факт, что фемвертайзинг наблюдается на практике не только в индивидуалистических обществах, но и в коллективистских и патриархальных обществах, таких как Индия и Пакистан [6; 7]. Но при этом, в исследовании, проведенном в Индии [10], феминистская реклама не оказала влияния на намерение покупки.

И все же остается открытым вопрос о том, могут ли потребители различать подлинный и фальшивый феминизм, и различать ситуацию, когда использование феминистских тем в рекламе происходит исключительно для корпоративной наживы [17]. Различные исследования осудили фальшивый феминизм в средствах массовой информации и подчеркнули необходимость поддержки подлинного корпоративного интереса к фемвертайзингу [2].

### *Литература:*

1. Atkin, C., Block, V. «Effectiveness of Celebrity Endorsers» // Journal of Advertising Research, 1983. Vol. 23, pp. 57–61.

2. Becker-Herby, E (2013) «The rise of femvertising: authentically reaching female consumer», Unpublished master's professional capstone project, University of Minnesota
3. Chmait, N. Westerbeek, H. Eime, R. Robertson, S. Sellitto, C. Reid, M. «Tennis influencers: The player effect on social media engagement and demand for tournament attendance» // *Telematics and Informatics*, July 2020, Vol. 50, № 101381
4. Erdogan, B. «Celebrity endorsement: a literature review» // *Journal of Marketing Management*, 1999. Vol. 15, № 3, pp. 291–314.
5. Erdogan, B., Baker M., Tagg S. «Selecting Celebrity Endorsers: The Practitioner's Perspective» // *Journal of Advertising Research*, 2001. Vol. 41, № 3, pp. 39–48.
6. Gupta, S. «Femvertising: How Corporates Co-opt Feminism To Sell Us Things». *Feminism In India*. 2017, May 30, <https://feminisminindia.com/2017/05/30/femvertising-corporates-feminism/>
7. Hasan T.; «The politics of «femvertising»: Is using feminism to sell products the right thing to do?»; // *Journal The Aurora, The Dawn of Advertising*; 04 Jul
8. Intravia, J. Piquero, A. R. Leeper Piquero, N., Byers, B. «Just do it? An Examination of Race on Attitudes Associated with Nike's Advertisement Featuring Colin Kapernick» // *Deviant Behavior*. Vol. 41, Issue 10, 2 October 2020, pp. 1221–1231
9. Karasiewicz G, Kowalczyk M. «Effect of Celebrity Endorsement in Advertising Activities by Product Type» // *International Journal of Management and Economics (Zeszyty Naukowe KGŚ)*. No. 44, October-December 2014, pp 74–91.
10. Kapoor D., Munjal A., «Functional Food: the new secret of the health conscious Indian women!» (2017), *Global Business Review*, Vol. 18 No. 3, pp 750–765
11. McCracken, G. «Who is the celebrity endorser? Cultural foundations of the endorsement process» // *Journal of Consumer Research*. 1989. № 16 (3). pp. 310–321.
12. S.D. Rappaport. «Lessons from online practice: New advertising models» // *Journal of Advertising Research*. 2007. № 47 (2). pp. 135–141.
13. Schiffman, L. G., Kanuk, L. L. & Wisenblit, J. «Consumer Behavior» // United States: Pearson Prentice Hal. 2010.
14. Seno, D. & Lukas, B. «The Equity Effect of Product Endorsement by Celebrities: A Conceptual Framework from a Co-branding Perspective» // *European Journal of Marketing*. 2007. pp. 121–134.

15. Silva, M. J. D. B. Farias, S. A. D., Grigg, M. K., Barbosa, M. D. L. D. A. «Online Engagement and the Role of Digital Influencers in Product Endorsement on Instagram» // Journal of Relationship Marketing. Vol. 19, Issue 2, April 2020, pp. 133–163
16. Sokolova, K. Kefi. H. «Instagram and YouTube bloggers promote it, why should I buy? How credibility and parasocial interaction influence purchase intentions» // Journal of Retailing and Consumer Services. March 2020, Vol. 53, № 101739
17. Taylor J., Johnston J., «Feminist Consumerism and Fat Activists: A Comparative Study of Grassroots Activism and the Dove Real Beauty Campaign» // Signs: Journal of Women in Culture and Society; 2016 Vol 33, No 4
18. Till, B., Busler, M. «Matching products with endorsers: Attractiveness versus expertise» // Journal of Consumer Marketing, 1998. Vol. 15, № 6, pp. 576–586.
19. Vredenburg, J. Kapitan, S., Spry, A., Kemper, J. A. «Brands Taking a Stand: Authentic Brand Activism or Woke Washing?» // Journal of Public Policy and Marketing. Vol. 39, Issue 4, October 2020, pp. 444–460
20. Varghese N., Kumar N. «Femvertising as media strategy to increase self-esteem of adolescents: An experiment in India» // Journal of Children and Youth Services Review, June 2020. Vol. 113. № 104965
21. Varghese. N., Kumar. N. «Feminism in advertising: irony or revolution? A critical review of femvertising» // Journal of Feminist Media Studies, 2020
22. Rosengren S., Dahlen M. Akestam N., «Advertising «like a girl»: Toward a better understanding of «femvertising» and its effects» // Journal of Psychology and Marketing, August 2017. Vol. 34. Issue 8, pp 795–806
23. Sternadori M., Abitbol A.; «Support for women's rights and feminist self-identification as antecedents of attitude toward femvertising» // Journal of Consumer Marketing 36 (2). May 2019. DOI:10.1108/JCM-05-2018-2661
24. Антонова, Н. В., Патоша, О. И. «Восприятие брендов и стратегии потребительского поведения» / Изд. дом Высшей школы экономики, 2017
25. Костиков В. Ю. Концепт спортивного брендинга: теоретико-методологические параметры // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6, No 4, С. 615–630.

## МЕНЕДЖМЕНТ

### Проектный подход для оценки качества грантовых заявок

Хабиев Алибек Талгатбекович, доктор Ph. D, ассоциированный профессор  
Казахский национальный исследовательский технический университет  
имени К.И. Сатпаева (Satbayev University) (г. Алматы, Казахстан)

*Проблема проектного подхода для оценки качества грантовых заявок является предметом обсуждения в отечественной литературе, вызывая неизменный интерес. В статье предлагается рассмотреть ключевые понятия, характеризующие сущность грантовых заявок, виды грантовых заявок, требования к их качеству, а также проектный подход, который может быть использован при их написании.*

**Ключевые слова:** проектный подход, оценка качества, грантовые заявки, требования к качеству, элементы грантовых заявок.

### Введение

Написание грантовых заявок требует не только знания организации, выдающей гранты, но и определенных навыков и умений [1]. Во-первых, необходимо провести исследование организации, выдающей гранты, ее целей и требованиях для заявок. Нужно также провести исследование по теме проекта, чтобы предоставить в заявке релевантную информацию и доказать необходимость финансирования. Также необходимо определение целей и ожидаемых результатов: грантовая заявка должна содержать четкое описание целей проекта и ожидаемых результатов. Необходимо также показать, каким образом предлагаемый проект соответствует целям и приоритетам организации, выдающей гранты. С другой стороны, необходимо составить детальный бюджет, который соответствует описанным целям и ожидаемым результатам. Необходимо также продумать, каким образом будет использоваться выделяемое финансирование, и как это будет повышать эффективность проекта. Более того, требуется подобрать правильный формат: грантовые заявки должны соответствовать определенному формату и требованиям организации, выдающей гранты



[2]. Необходимо тщательно прочитать инструкции и рекомендации по написанию заявки, чтобы грамотно подготовить все документы. Следует также иметь навыки написания: написание грантовых заявок требует хорошего знания правописания, грамматики и стиля письма. Необходимо грамотно и точно изложить свои мысли, не допуская ошибок [3].

Написание грантовых заявок может быть сложным процессом, и успешное получение гранта может зависеть от тщательной подготовки и исполнения всех требований.

#### *Сущность грантовых заявок*

Сущность грантовых заявок заключается в представлении идеи проекта или программы для получения финансирования от организации, выдающей гранты. Грантовая заявка является ключевым документом, который описывает все аспекты проекта, начиная от его целей и задач и заканчивая планом реализации и оценки результатов [4].

Основная цель грантовой заявки — убедить организацию, выдающую грант, в том, что проект или программа являются важными и ценными для общества и достойны получения финансирования. Чтобы достичь этой цели, грантовая заявка должна быть четкой, лаконичной и убедительной [5].

В грантовой заявке обычно присутствуют следующие элементы:

- Обзор проекта/программы и его целей;
- Описание проблемы, которую решает проект/программа;
- Описание методологии реализации проекта/программы и плана работы;
- Бюджет проекта/программы и расчет затрат;
- Ожидаемые результаты и показатели успеха;
- Оценка рисков и меры по их минимизации;
- Информация о команде проекта/программы и ее квалификации;

Дополнительная информация, которая может помочь в оценке ценности проекта/программы.

Важно, чтобы грантовая заявка была написана четко и доступно для того, чтобы читатель мог легко понять ее содержание и увидеть ценность проекта/программы. Кроме того, грантовая заявка должна соответствовать требованиям организации, выдающей гранты, и быть подана в срок.

#### *Виды грантовых заявок*

Виды грантовых заявок могут различаться в зависимости от целей проекта, типа организации, выдающей гранты, и требований, которые она предъявляет. Рассмотрим несколько типов грантовых заявок [6]:

*Научные гранты:* эти гранты выдаются на проведение научных исследований, разработку новых технологий, развитие научной базы и т. д. Грантовые заявки на научные проекты должны содержать детальный план исследования, описание целей и ожидаемых результатов, а также бюджет исследования.

*Социальные гранты:* эти гранты выдаются на проведение социальных программ, направленных на решение социальных проблем, таких как бедность, безработица, насилие в семье, детская образование и т. д. Грантовые заявки на социальные проекты должны содержать детальный план программы, описание целей и ожидаемых результатов, а также бюджет программы.

*Культурные гранты:* эти гранты выдаются на проведение культурных мероприятий, таких как выставки, концерты, фестивали и т. д. Грантовые заявки на культурные проекты должны содержать детальный план мероприятия, описание целей и ожидаемых результатов, а также бюджет мероприятия.

*Гранты на развитие бизнеса:* эти гранты выдаются на развитие бизнеса и предпринимательства, например, на запуск новых проектов, развитие новых продуктов и т. д. Грантовые заявки на бизнес-проекты должны содержать детальный бизнес-план, описание целей и ожидаемых результатов, а также бюджет проекта.

Это только некоторые примеры видов грантовых заявок. Точные требования и форматы грантовых заявок могут различаться в зависимости от конкретных требований организации, выдающей гранты.

#### *Необходимость грантовых заявок*

Грантовые заявки нужны для того, чтобы получить финансирование на выполнение проекта или программы от организаций, выдающих гранты. Эти организации могут быть как правительственными, так и частными.

Гранты могут предоставляться на различные цели, например, для исследований, развития технологий, социальных программ, культурных проектов и т. д. В зависимости от цели программы или проекта, требования к грантовым заявкам могут различаться [7].

Грантовые заявки играют важную роль в получении финансирования, так как они позволяют организациям, выдающим гранты, оценить ценность проекта и его реализуемость. Хорошо написанная грантовая заявка может увеличить шансы на получение финансирования и помочь в достижении поставленных целей и задач.

Кроме того, гранты могут помочь в получении финансирования для проектов, которые не могут получить традиционное финансирование, например,

из-за высокого риска или нехватки средств. Таким образом, гранты могут стать важным инструментом для реализации новых идей и проектов [8].

#### *Требования к качеству грантовых заявок*

В зависимости от организации, которая выдает гранты, и от конкретной программы грантов требования к качеству грантовых заявок варьируется [9]. Однако, в целом, выделяют несколько ключевых требований к качеству грантовых заявок:

- Целостность и четкость: заявка должна быть написана четко, логично и последовательно. Ее структура должна быть логичной и легко читаемой.
- Релевантность: заявка должна быть направлена на конкретную программу грантов и соответствовать ее требованиям и целям. Также важно, чтобы заявка была актуальной и важной для решения соответствующей проблемы.
- Инновационность: заявка должна предлагать новые и оригинальные идеи или подходы для решения проблемы. Оригинальные идеи могут помочь выделить заявку среди множества других заявок.
- Практическая реализуемость: заявка должна содержать четкий план действий, который будет реалистично выполнен и даст ожидаемые результаты. Также важно, чтобы в заявке были обозначены ресурсы, необходимые для реализации проекта.
- Квалификация: заявка должна демонстрировать высокую квалификацию заявителя или его команды, включая их знания, опыт и достижения в соответствующей области.
- Бюджетная прозрачность: заявка должна содержать детальный бюджет, который будет соответствовать требованиям программы грантов и быть прозрачным и четким. Также важно, чтобы в бюджете были учтены все необходимые расходы и была обеспечена финансовая устойчивость проекта.
- Оценка результатов: заявка должна содержать план оценки результатов проекта, который будет соответствовать целям программы грантов. Оценка результатов должна быть конкретной и количественной.
- Сроки: заявка должна содержать четкие сроки выполнения проекта и достижения целей. Важно, чтобы сроки были реалистичными и соответствовали требованиям программы грантов.

#### *Проектный подход в грантовых заявках*

Проектный подход является ключевым элементом в грантовых заявках, так как он позволяет четко определить цели проекта, ресурсы, необходимые для его реализации, и ожидаемые результаты [10]. Проектный подход включает в себя следующие основные элементы:

— Цели проекта: цели проекта должны быть четко определены и соответствовать целям и приоритетам организации, выдающей грант. Цели должны быть конкретными, измеримыми, достижимыми, релевантными и ограниченными во времени.

— Ресурсы: проектный подход включает в себя определение всех необходимых ресурсов, таких как финансовые, человеческие, информационные и материальные ресурсы. Это помогает определить реалистичность проекта и планировать бюджет.

— Результаты и оценка: проектный подход также включает в себя определение ожидаемых результатов проекта и способов их оценки. Оценка результатов проекта является важным элементом для измерения эффективности проекта и определения, были ли достигнуты поставленные цели.

— Планирование: проектный подход включает в себя планирование всех этапов проекта, включая время и последовательность выполнения задач, распределение ресурсов, управление рисками и коммуникацию с заинтересованными сторонами.

— Управление: управление проектом является важным элементом проектного подхода. Это включает в себя контроль и оценку хода проекта, управление изменениями, управление рисками и управление коммуникациями.

Проектный подход в грантовых заявках позволяет создать более четкий и конкретный план реализации проекта, что повышает его шансы на получение финансирования. Он также помогает обеспечить более эффективное использование выделяемых ресурсов и достижение желаемых результатов.

**Заключение.** Проектный подход при оценке качества грантовых заявок включает в себя определение целей проекта, которые должны быть ясными, конкретными и измеримыми. Они должны четко указывать, что именно должно быть достигнуто благодаря реализации проекта. Ресурсы в грантовой заявке обычно включают финансовые, материальные, технические и человеческие ресурсы, которые необходимы для реализации проекта. Важно показать в заявке, что все необходимые ресурсы уже найдены или что они будут найдены в ближайшее время, что их использование будет эффективным и рациональным, а также как будут оценены результаты использования этих ресурсов. Результаты и оценка грантовой заявки включают в себя показатели, которые должны быть достигнуты в ходе реализации проекта, а также способы их измерения и оценки. Важно, чтобы результаты проекта и план мониторинга и оценки были связаны с целями и задачами проекта, а также были достаточно конкретными, измеримыми и реалистичными. Это поможет оценить эффек-

тивность проекта и доказать, что он достиг поставленных целей. Важно учесть, что когда пишется грантовая заявка, очень важно объяснить, почему ваш проект актуален и почему финансирование должно быть выделено именно на этот проект. Это может быть обосновано на основе реальных потребностей общества, проблем, которые необходимо решить, а также возможностей и выгод, которые проект предоставляет. Для подтверждения актуальности темы грантовой заявки может быть использована информация из исследований, статистических данных, отчетов и других источников, которые подтверждают важность решения данной проблемы.

### *Литература:*

1. Современные управленческие технологии в деятельности бизнес-структур и органов государственной власти / И. Л. Авдеева, П. И. Ананченко, Ю. Ф. Аношина [и др.]. — Орел: Среднерусский институт управления — филиал РАНХиГС, 2022. — 360 с. — ISBN 978-5-93179-715-1. — EDN RUUYNI.
2. Инновационная деятельность вуза / Н. Г. Ярушкина, М. Н. Кондратьева, В. Г. Тронин [и др.]. — Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет, 2013. — 269 с. — ISBN 978-5-9795-1150-4. — EDN SHOLGN.
3. Бубнова, Е. Ю. Экспертная оценка грантов: проблемы и пути развития / Е. Ю. Бубнова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. — 2022. — № 2. — С. 112–123. — DOI 10.17308/econ.2022.2/8324. — EDN OQEANA.
4. Сукиасян, Э. Р. Эффективная форма повышения квалификации / Э. Р. Сукиасян // — 2011. — № 60. — С. 158–160. — EDN TYTAGB.
5. Емельянова, Н. Ю. Проектный подход к управлению разработкой информационных систем производственных предприятий / Н. Ю. Емельянова // Автоматизация: проблемы, идеи, решения: сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции, Челябинск, 08 сентября 2017 года. — Челябинск: Общество с ограниченной ответственностью «Агентство международных исследований», 2017. — Р. 23–25. — EDN ZEUCZD.
6. Тебекин, А. В. Использование проектного подхода при определении уровня национальной конкурентоспособности в сфере экономического развития / А. В. Тебекин, Н. В. Митропольская-Родионова, А. В. Хорева //

- Журнал исследований по управлению. — 2020. — Т. 6, № 3. — С. 77–86. — EDN GFUDIO.
7. Карева, В. В. Опыт применения проблемного и проектного подходов к организации преподавания экономических дисциплин студентам технических специальностей / В. В. Карева, В. Ф. Карев // — 2014. — № 1. — С. 184–186. — EDN SNAHKV.
  8. Овчинникова, С. В. Проектный подход в проектировании сферы образования / С. В. Овчинникова, Д. В. Панарина // Проблемы формирования единого пространства экономического и социального развития стран СНГ (СНГ-2015): Материалы ежегодной Международной научно-практической конференции, Тюмень, 24 апреля 2015 года / Ответственные редакторы: О. М. Барбаков, Ю. А. Зобнин. — Тюмень: Тюменский государственный нефтегазовый университет, 2015. — С. 448–452. — EDN UJOBTL.
  9. Семенкова, Е. В. Проектный подход как технология практико-ориентированного обучения / Е. В. Семенкова // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. — 2017. — № 1 (91). — С. 48–55. — EDN YFMQVB.
  10. Костоварова, О. С. Особенности применения проектного подхода к управлению проектами в университетах / О. С. Костоварова, Е. В. Кощева. — 2019. — Т. 4, № 4 (13). — С. 94–96. — EDN RTLNMK.

## ГОСУДАРСТВО И ПРАВО

### Понятие и классификация следственных ошибок

Дзидзария Аманда Адгуровна, студент магистратуры

Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина

**А**ктуальность темы научной статьи обусловлена тем, что в теории сложилось множество трактовок категории «следственная ошибка», однако нет сложившегося единого подхода к пониманию данного определения, а также нет единого подхода к классификации следственных ошибок.

Методологической основой исследования служит общенаучный диалектический метод познания.

Все разнообразие ошибок, которые совершает следователь на этапе предварительного расследования в криминалистической литературе зачастую обозначается термином «следственные ошибки».

Первые попытки определения понятия «следственные ошибки» были предприняты в 70–80-х годах XX века. Так, одну из первых дефиниций предложила Н.Л. Гранат, которая определила данную категорию как «погрешность, неправильность, неверность, промах или действие, не приводящее к достижению поставленной цели. При этом предполагается, что искажение в познании или отклонение от цели допущены не преднамеренно, т. е. являются результатом добросовестного заблуждения» [4, с. 57].

В.П. Крамаренко под следственной ошибкой понимает «ситуационно обусловленное упущение следователя либо выбор им неоптимального варианта реагирования на возникшую ситуацию под воздействием объективных, либо субъективных факторов, влекущее за собой недостижение оптимального результата или утрату потенциальных возможностей в ходе предварительного расследования». Однако, на наш взгляд, это определение распространяется не на все виды следственных ошибок, а охватывает только одну из них, а именно ошибка в выборе стратегии и тактики расследования [2, с. 84].

В Уголовно-процессуальном кодексе Российской Федерации отсутствует понятие следственной ошибки. На наш взгляд, следственная ошибка — это не-

правильное действие (или бездействие) следователя в ходе применения уголовного или уголовно-процессуального закона, которая является результатом его добросовестного заблуждения и, как правило, приводит к принятию неправильного процессуального решения, констатация необоснованности и незаконности которого осуществляется преимущественно высшими должностными лицами в лице руководителя следственного органа, прокурора и т.д. в соответствующем процессуальном документе.

На сегодняшний день в науке нет единого подхода к классификации следственных ошибок, существует множество вариаций таких классификаций в зависимости от различных факторов.

В.И. Власов классифицировал следственные ошибки на:

1) логические, вызванные неумышленным нарушением законов логики в ходе рассуждения при принятии тех или иных решений и фактические, возникающие при несоблюдении или недостаточном соблюдении требований Уголовно-процессуального кодекса; 2) в зависимости от субъекта, обладающего полномочиями по возбуждению и расследованию уголовных дел: на ошибки, совершенные дознавателем, следователем и т.д.; 3) в зависимости от механизма образования: ошибки, допускаемые при выходе за рамки полномочий, предусмотренных Уголовно-процессуальным кодексом и, напротив, ошибки, связанные с неиспользованием всех допустимых мер, предусмотренных законодательством, т.е. нецелесообразным сужением своих полномочий, неприменением всех имеющихся возможностей при расследовании преступлений; 4) исходя из стадии уголовного процесса, в которой допускаются ошибки: следственные ошибки, совершенные на стадии возбуждения уголовного дела и ошибки, допущенные во время расследования; 5) в зависимости от нарушенной нормы права, ошибки подразделяются на материально-правовые и процессуально-правовые; 6) исходя из цели, которой хотел достичь субъект, допустивший ошибки, их можно разделить: на ошибки, допущенные во время сбора доказательств, ошибки, возникшие при принятии процессуальных мер, нацеленных на обеспечение прав участников процесса и необходимых условий расследования, а также ошибки, образовавшиеся в ходе проверки, оценки доказательств по делу и при принятии решений; 7) в зависимости от влияния тех или иных ошибок на результат расследования: несущественные, допущение которых не помешало достижению поставленных задач расследования, существенные, оказавшие весомое влияние на результат расследования, повлекшие за собой принятие незаконного и необоснованного решения по делу; 8) исходя из принятого по делу решения, следственные ошибки можно разде-



лить на: ошибки, в следствии которых был принят обвинительный приговор и ошибки, в результате которых был принят оправдательный приговор; 9) в зависимости от юридической аргументации, ошибки можно подразделить на спорные и бесспорные; 10) исходя из тяжести обнаружения ошибок: явные, скрытые, однако поддающиеся выявлению и скрытые — до определенной стадии не выявленные; 11) в зависимости от такого, какие правовые последствия влекут за собой те или иные ошибки: ведущие к прекращению дела или к приостановлению производства по делу, также ошибки, влекущие изменение или дополнение обвинения и т. д.; 12) исходя из связи (корреляции), возникающей между общественными процессами и явлениями, с одной стороны, и с уровнем преступности, с другой стороны, следственные ошибки подразделяются на ошибки, обладающие криминогенным характером и нейтральные ошибки; 13) в зависимости от степени распространения тех или иных ошибок, они могут быть разделены на: нераспространенные, относительно распространенные и типичные. [3, с. 25–31].

Существует множество вариаций классификаций следственных ошибок в зависимости от различных признаков. На наш взгляд наиболее удачной является следующая классификация:

1. технические (технологические) ошибки — ошибки, связанные с использованием технических и криминалистических методов;
2. версионные ошибки — ошибки, допускаемыми следователем при построении и выборе версии совершения преступления;
3. ошибки планирования — ошибки, связанные с неправильным планированием и организацией расследования;
4. ошибки, связанные с нарушением лицом, производящим расследование, уголовно-процессуального законодательства РФ;
5. ошибки, вызванные неправильным применением уголовного законодательства РФ соответствующим органом расследования;
6. тактические ошибки — ошибки, связанные с неиспользованием или неверным использованием различных тактических приемов, операций и рекомендаций, нацеленных на собирание, оценку, анализ и использование доказательств по делу.

#### *Литература:*

1. Гранат Н. Л. Следственные ошибки: понятие, виды и причины // Научная информация по вопросам борьбы с преступностью № 76. М., 1983.

2. Крамаренко В.П. Ситуационный подход к выявлению и преодолению следственных ошибок: автореф. дис. канд. юрид. наук. Краснодар, 2012.
3. Власов В.И. Проблемы качества расследования преступлений и пути их решения: Автореф. доктора юрид. наук. — Харьков, 1991.
4. Н.Л. Гранат. Решение следственных задач. Учебное пособие, НИиРИО ВСШ МВД СССР, 1978 г.

### **Международные правовые основы противодействия легализации (отмыванию) доходов, приобретенных преступным путем**

Петухов Артём Александрович, студент магистратуры;

Малеева Софья Алексеевна, студент магистратуры

Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (г. Москва)

*Статья является исследованием, посвященным анализу международных правовых инструментов и механизмов, направленных на борьбу с легализацией доходов, полученных преступным путем. Авторы статьи рассматривают понятие легализации доходов, приобретенных преступным путем, а также исследуют международные правовые акты, регулирующие этот процесс. Статья также содержит анализ механизмов международного сотрудничества, используемых для борьбы с легализацией доходов, полученных преступным путем, включая сотрудничество в области экстрадиции и взаимной правовой помощи.*

**Ключевые слова:** противодействие легализации доходов, преступная деятельность, транснациональная организованная преступность, взаимное международное правовое сотрудничество.

### **International legal framework for countering the laundering of criminal proceeds**

*The article is a study devoted to the analysis of international legal instruments and mechanisms aimed at fighting the legalization of proceeds from crime. The authors of the article consider the concept of laundering of criminal proceeds, as well as examine international legal acts regulating this process. The article also contains an analysis of the*

*mechanisms of international cooperation used to fight the legalization of proceeds from crime, including cooperation in the spheres of extradition and mutual legal assistance.*

**Keywords:** *countering money laundering, criminal activity, transnational organized crime, mutual international legal cooperation.*

Легализация доходов, полученных преступным путем (также известная как отмывание денег), — это процесс скрытия происхождения денежных средств, полученных незаконным путем, а именно их интеграции в легальный экономический поток. Это позволяет преступникам скрыть происхождение своих доходов, избежать уголовного преследования и использовать эти деньги в законных целях. Типичный пример легализации доходов, полученных преступным путем — это инвестирование в бизнес, недвижимость или другие активы, покупка ценных бумаг или использование банковских счетов, чтобы деньги выглядели как легально заработанные.

Легализация доходов, полученных преступным путем, является серьезной проблемой для правоохранительных органов и финансовых учреждений, поскольку это не только помогает преступникам скрыть свои деньги, но и может финансировать дальнейшую преступную деятельность и даже терроризм. Поэтому борьба с легализацией доходов, полученных преступным путем, является важным аспектом в борьбе с организованной преступностью и общественной безопасностью.

Борьба с отмыванием денег является глобальной проблемой, и требует совместных усилий на международном уровне. Ниже приведены некоторые меры, которые принимаются для борьбы с отмыванием денег на международном уровне:

1) Международное сотрудничество. Сотрудничество между правоохранительными органами разных стран является важным инструментом в борьбе с отмыванием денег. Международные организации, такие как Интерпол, Eurorol, Financial Action Task Force (FATF) и другие, работают с правоохранительными органами разных стран для обмена информацией и сотрудничества в расследовании и пресечении преступных действий.

2) Регулирование финансовой системы. Регулирование финансовой системы является ключевым аспектом борьбы с отмыванием денег. Международные организации, такие как Международный валютный фонд (МВФ), Мировой банк, Банк международных расчетов (БМР) и другие, работают вместе с правительствами и финансовыми учреждениями, чтобы улучшить прозрачность и эффективность финансовой системы и предотвратить отмывание денег.

3) Юридическое сотрудничество. Юридическое сотрудничество между правоохранительными органами разных стран является важным аспектом борьбы с отмыванием денег. Международные организации, такие как Организация Объединенных Наций, Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе (ОБСЕ) и другие, работают на повышение стандартов международного права и улучшение процедур экстрадиции и взаимной правовой помощи между странами.

Существует несколько международных правовых документов, которые регулируют противодействие легализации доходов, полученных преступным путем (отмыванию денег). Среди них, основным источником является Конвенция ООН «О борьбе против незаконного оборота наркотических средств и психотропных веществ» [1]. Отмывание денег и незаконный оборот наркотических средств и психотропных веществ часто связаны между собой, поскольку наркоторговля может быть одним из способов получения незаконных доходов, которые затем отмываются через различные каналы. Конвенция также содержит положения о международном сотрудничестве, включая экстрадицию лиц, занимающихся незаконным оборотом наркотиков, и взаимную правовую помощь между государствами, которые могут быть использованы для борьбы с отмыванием денег. Таким образом, Конвенция ООН против незаконного оборота наркотических средств и психотропных веществ может служить важным правовым источником для борьбы с отмыванием денег на международном уровне.

В 1989 году была сформирована Группа разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (ФАТФ). Целью создания данной организации было внедрение принципов борьбы с таким преступлением как отмывание денег. Рекомендации FATF являются стандартами, которые страны должны соблюдать в своих национальных законах и процедурах.

Еще одним важным нормативно-правовым актом по борьбе с отмыванием денег является Конвенция об отмывании, выявлении, изъятии и конфискации доходов от преступной деятельности [2]. Страсбургская конвенция обязывает государства-участников принимать меры для обнаружения и изъятия доходов, полученных от преступной деятельности, и установления правил для конфискации таких доходов. Она также содержит положения о том, что отмывание денег должно рассматриваться как преступление и должно наказываться в соответствии с законодательством государств-участников. Конвенция обеспечивает государствам-участникам возможность обмениваться информацией и сотрудничать между собой для эффективной борьбы с отмыванием денег. Она

также устанавливает правила для защиты свидетелей и других лиц, которые помогают в выявлении и расследовании случаев отмывания денег.

Конвенция ООН против транснациональной организованной преступности закрепила аналогичный перечень преступлений [3]. Одной из важных мер, предусмотренных Конвенцией, является создание международной сети экспертов, которые занимаются обменом информацией и опытом в борьбе с отмыванием денег.

Борьба с легализацией доходов, полученных преступным путем, остается актуальной проблемой во многих странах мира. Несмотря на ряд достижений в этой области, все еще существует ряд проблем, связанных с отмыванием денег, которые затрудняют эффективную борьбу с этим явлением. Некоторые из этих проблем включают:

1) Технологические вызовы. Развитие новых технологий делает процесс отмывания денег еще более сложным и непредсказуемым. Например, виртуальные валюты и блокчейн-технологии могут быть использованы для создания теневых финансовых схем.

2) Недостаточная прозрачность корпоративных структур. Большинство государств не требует от компаний предоставления информации о своих бенефициарах. Это создает благоприятные условия для создания фиктивных компаний, которые могут быть использованы для отмывания денег.

3) Низкие штрафы и наказания. В ряде стран штрафы и наказания за отмывание денег остаются недостаточно суровыми, чтобы оттолкнуть преступников от этой деятельности.

4) Недостаточное образование и осведомленность. Некоторые люди, в том числе и банковские работники, не понимают, как выглядят схемы отмывания денег, и как можно их предотвратить.

Таким образом, в современном мире борьба с отмыванием денег является одним из приоритетных направлений правовой политики многих государств. Международно-правовые акты, регулирующие борьбу с отмыванием денег, создают правовую базу для противодействия этому явлению. Они предусматривают меры по предупреждению отмывания доходов от преступной деятельности, а также меры по конфискации имущества, приобретенного в результате преступной деятельности. В свою очередь, это позволяет уменьшить влияние преступных структур на экономику и общество в целом. Но несмотря на множество правовых и международных инструментов, предназначенных для борьбы с отмыванием денег, эта проблема остается актуальной и острой по настоящий момент.

*Литература:*

1. «Конвенция Организации Объединенных Наций о борьбе против незаконного оборота наркотических средств и психотропных веществ» от 20.12.1988 // Официальный интернет-портал правовой информации.
2. «Конвенция об отмывании, выявлении, изъятии и конфискации доходов от преступной деятельности» от 08.11.1990 (с изм. от 16.05.2005) // Официальный интернет-портал правовой информации.
3. «Конвенция против транснациональной организованной преступности» от 15.11.2000 // Официальный интернет-портал правовой информации.

## ПСИХОЛОГИЯ

### Характеристика личности и коммуникативной сферы подростков с нарушениями зрения

Рыбакова Виктория Сергеевна, студент

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского

*В статье отражены социально-психологические характеристики подростков с нарушениями зрения.*

**Ключевые слова:** нарушение, зрение, коммуникация, подросток, нарушение, речь.

**В** настоящее время в современной модели образования коммуникативное поведение выступает одной из базовых компетенций современной личности. Следует отметить, что успешная адаптация и интеграция в общество детей с нарушениями зрения невозможна без развитых коммуникативных навыков, без общения и межличностного взаимодействия, которое осуществляется на основе речи.

Ограничивающими факторами в развитии коммуникативных навыков у детей данной категории по мнению Л. С. Выготского являются: слабость речевых контактов, ограниченность представлений об окружающем мире, снижение потребности в речевом общении, а также незрелость личностных интересов. Все это выступает ограничивающими факторами в развитии коммуникативных навыков детей.

Особенности подростков с нарушением зрения ограничивают получение информации из окружающей среды. Это приводит к нарушению средств общения, изменению способа коммуникации, обеднению социального опыта и созданию трудностей социальной адаптации.

Можно отметить, что у детей с нарушениями зрения наблюдается снижение активности, особенно в раннем детском возрасте, когда основным процессом обучения и получения информации является игра и ориентировочно-поисковая деятельность.

Зачастую, слепой поражает своей апатичностью, отсутствием воли, невозможностью пробудить его к деятельности, писал А. И. Скребицкий [1]. Эту же ситуацию можно рассмотреть и с другой стороны, те трудности и препятствия, с которыми сталкивается человек с нарушением зрения в повседневной жизни, наоборот стимулирует укрепление его воли, закаляет его характер. К. Бюрклен отмечал, что воля и характер лиц с нарушениями зрения больше зависят от воспитания в семье, а не являются следствием потери или частичной утраты зрения. В современных исследованиях в работе с лицами с нарушениями зрения огромная роль уделяется формированию у них воли и проявления волевых свойств (самостоятельности, целеустремленности, настойчивости и т. п.), это является важным компонентом учебно-воспитательной работы.

Данные, имеющиеся в современной психологии, убедительно показывают, что нарушения зрения в детском и подростковом возрасте являются фактором, потенциально снижающим коммуникативную компетентность личности. Низкая эффективность коммуникативных умений у детей с нарушениями зрения обусловлена ограниченным восприятием таких выразительных средств общения, как взгляд, жест, мимика и пантомимика. Малая психическая активность приводит к тому, что общение возникает позже, чем у зрячего, и только в ситуативно-эмоциональной форме [2].

По данным исследования И. А. Горьковой и А. В. Микляевой зрительные нарушения способствуют формированию в подростковом возрасте коммуникативной ориентации личности, которая отличается от нормативной для данной возрастной категории. Таким образом, подростки с нарушениями зрения наиболее подвержены проявлениям конформизма, а подростки с глубокими нарушениями зрения чаще характеризуются манипулятивной коммуникативной ориентацией.

Помимо основных — коммуникативных, сигнификативных, обобщающих, абстрагирующих и побуждающих функций, в тифлопсихологии выделяется компенсаторная функция речи. Выбор этой функции не означает появления каких-либо фундаментальных особенностей в содержании, структуре и характере речи, а лишь указывает на новый аспект речевой деятельности, возникающий в связи с сужением сферы сенсорного познания и направленный на устранение его последствия в психическом развитии личности [3].

Компенсаторная функция речи подростков с нарушениями зрения отчетливо проявляется в процессе восприятия, при формировании представлений и образов воображения, в ходе усвоения понятий и т. д. Также компенсаторная функция речи не ограничивается познавательной деятельностью — она имеет



большое значение для формирования личности подростка с нарушениями зрения в целом. Только через речь они могут поддерживать связь с другими людьми, ориентироваться в обществе, оставаться его полноправными членами, активно участвуя в общественно-полезной деятельности [1].

Поскольку речевая деятельность подростков с дефектами зрения принципиально не нарушена, овладение речью и ее функциями, а также ее структурами, происходит в общих чертах, как и у зрячих, однако нарушение или отсутствие зрения накладывают определенный отпечаток.

Овладение фонетической стороной речи, с которого начинается усвоение родного языка, т. е. формирование фонематического слуха и механизма звукопроизношения (артикуляции), совершается на основе подражания. И если развитие фонематического слуха и формирование речеслуховых представлений, основанное на слуховом восприятии, протекает у слепых и зрячих идентично, то формирование речедвигательных образов (артикуляции звуков речи), основанное не только на слуховом, но и на кинестетическом и зрительном восприятии, существенно страдает. Это есть следствие полного или частичного нарушения возможности визуально отражать артикуляторные движения вступающих в речевой контакт со слепым ребенком окружающих его людей.

Современные исследования подтвердили наличие нарушений взаимодействия в функционировании анализаторных систем, участвующих в формировании фонетической стороны речи — слуховой, кинестетической и зрительной, в результате чего в процессе становления речи у слепых наблюдаются отклонения от нормы [1].

Таким образом, сведения, которые имеются в современной психологии, говорят, что нарушения зрения в детском и подростковом возрасте являются фактором, снижающим компетентность в коммуникативной деятельности личности. Ряд психологических исследований подтверждает трудности, которые характерны для детей и подростков с нарушениями зрения. А именно: установление контакта с собеседником, социального восприятия, поддержания диалога, самоконтроля в общении и т. д. В связи с этим можно предположить, что по параметру коммуникативной направленности личности подростки с нарушениями зрения отличаются от зрячих сверстников.

### *Литература:*

1. Солнцева, Л. И. психология детства / Л. И. Солнцева. — М.: Полиграф сервис, 2000. — 250 с.

2. Литвак, А. Г. Практикум по тифлопсихологии: учебное пособие для ВУЗов / А. Г. Литвак, В. М. Сорокин, Т. П. Головина. — М.: Просвещение, 1989. — 110 с.
3. Кузнецова, Л. И. Основы специальной психологии: учеб. пособие для студ. сред. пед. учеб. заведений / Л. В. Кузнецова, Л. И. Переслени, Л. И. Солнцева и др.; Под ред. Л. В. Кузнецовой. — М.: Академия, 2003. — 480 с.

## **Социально-психологический портрет современного предпринимателя**

Сторожева Ирина Владимировна, преподаватель;

Ломовцева Александра Сергеевна, студент

Российский университет кооперации (г. Мытищи)

*В статье рассматриваются основные психологические качества личности, необходимы для создания успешного бизнеса, управления, организации и ведения собственного дела. Неизменное терпение, настойчивость и планирование на долгосрочную перспективу, включая готовность к риску и периодическим неудачам. Те черты, которые составляют социально-психологический портрет предпринимателя.*

**Ключевые слова:** предпринимательство, психологические качества, черты, стремление к успеху, предприимчивость

## **Socio-psychological portrait of a modern entrepreneur**

*The article discusses the main psychological qualities of a person that are necessary for creating a successful business, management, organization and running their own business. Maintaining patience, perseverance and a long-term perspective, including a tolerance for risk and periodic setbacks. Those features that make up the psychological portrait of an entrepreneur.*

**Keywords:** entrepreneurship, psychological traits, striving for success, enterprise.

**В** широком смысле предпринимательство — это особый вид экономической и социальной активности человека, который определяет уровень успеха индивидуума в бизнесе. Если говорить про узкий смысл предпринимательства, то это процесс создания, управления и развития своего бизнеса. Предприниматели представляют собой людей, которые стремятся к созданию чего-то нового, уникального и прибыльного.

Основные психологические черты предпринимателя выражаются в способности к риску, стремлению к успеху, принятии нестандартных решений, стремление к реализации, коммуникативность, устойчивость к стрессу и другие деловые характеристики. В западном образе предпринимателя ещё обязательно должна присутствовать потребность в успехе. В Американской Ассоциации управления психологический портрет предпринимателя включает стремление к поиску возможностей и инициативность.

В работах исследователей понятие «предпринимательство» часто упоминается с самостоятельностью деятельности, а это не только риски и ответственность, но и свобода выбора.

Предпринимательство может начинаться с идеи, которая воплощается в создание продукта или услуги, на которые есть спрос на рынке. Этот процесс сопровождается множеством задач, включая разработку бизнес-плана, поиск инвестиций и партнеров, организацию производства, маркетинг и продажи.

Одним из главных стимулов для предпринимательской деятельности является желание заработать деньги, однако существуют и другие мотивы, такие как желание самоактуализации, создания чего-то полезного для общества или просто любопытство.

Одним из основных принципов предпринимательства является риск. Предприниматели должны быть готовы к неудачам и уметь эффективно работать в условиях неопределенности и перемен. В условиях российских рыночных отношений нередко приходится преодолевать кризис и начинать всё с начала. Эффективное преодоление трудностей формирует веру в свои способности и позволяет развить предпринимательские способности личности.

Смелость, инициативность и изобретательность — также выходят в список основных социально-психологических черт активного профессионального организатора своего дела.

Многочисленные исследования в области изучения особенностей личности предприимчивого человека выявили, что концентрация в предпринимательской деятельности только на получении большой прибыли не приносит желаемого результата и часто приводит к краху компании и всего дела. Основной

мотивацией для предпринимателя является сохранение позиций на рынке, поэтому необходимо постоянное внесение изменений и улучшений в свой бизнес.

Безусловно, что экономическая культура, а также нравственные принципы предпринимателя положительно повлияют на привлечение партнёров и формирование положительной репутации цивилизованного управленца. Предпринимательская этика включает в себя такие черты личности как честность, благородство, гуманизм и т. д.

Главным вопросом, рассматриваемым в психологии предпринимательства, является взаимосвязь между личностью предпринимателя и его предпринимательской деятельностью. Изучение этого вопроса как раз и помогает понять, какие личностные качества и умения нужно развивать для того, чтобы стать успешным предпринимателем.

Психология предпринимательства изучает механизмы принятия предпринимательских решений, особенности мотивации и управления своими эмоциями в предпринимательской деятельности, а также вопросы связанные с коммуникацией и управлением командой.

Знания, полученные в области психологии предпринимательства, могут помочь будущим предпринимателям развивать свои личностные качества, совершенствовать свои умения и навыки, повысить эффективность своей деятельности и достичь большего успеха.

Предпринимательство играет важную роль в развитии экономики и общества в целом, поскольку новые бизнесы создают новые рабочие места, способствуют развитию новых технологий и процессов, содействуют развитию внутреннего рынка и повышению уровня жизни населения.

В современных экономических, психологических и социальных науках ещё не раскрыт весь потенциал личности предпринимателя. Современное развитие потребительской кооперации позволяет заниматься коммерческой деятельностью по упрощённой системе налогообложения. Это даёт возможность реализовать в деле предпринимательские качества личности. С целью лучшего развития российских экономических отношений необходимо более полно и комплексно изучить процессы формирования личности предпринимателя, от качественных характеристик которого зависит современная цивилизованная предпринимательская деятельность.

*Литература:*

1. Психологический портрет предпринимателя // [Электронный ресурс]: URL: <https://ipinform.ru/otkrytie-ip/podgotovka-k-otkrytiyu-ip/kachestva-predprinimatelja.html> (дата обращения 06.04.2023)
2. Социально-психологический портрет российского предпринимателя // [Электронный ресурс]: URL: <https://monographies.ru/ru/book/section?id=7365> (дата обращения 06.04.2023)
3. Хаджиева Д.Х. Социально-психологический портрет современного предпринимателя // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 1–2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-psihologicheskij-portret-sovremennogo-predprinimatelja> (дата обращения: 06.04.2023).

## ПЕДАГОГИКА

### **Peculiarities of teaching monologue speech at Intermediate level of English proficiency**

Iskakova Dina Kumarbekovna, student

East Kazakhstan University named after Sarsen Amanzholov (Ust-Kamenogorsk)

*Intermediate level of English proficiency (B1) implies the ability to speak more fluently, be able to talk about simple topics in a foreign language and understand original speech by ear. Speech is the main instrument of communication between people. The expressive, logically built, structural speech of each person shows his cultural and intellectual development, and is also one of the components of critical thinking. Monologue speech is a slightly more complex type of coherent speech, and begins to form in children from about 5 years old. At the intermediate level of learning, the main task is to improve the communicative core or fundamental skills of foreign language communication. Improving communication skills makes it possible to independently solve communicative and cognitive tasks, including the ability to express a personal opinion to perceived information.*

**Keywords:** *monologue speech, intermediate level, communication skills, teacher, students.*

Monologue speech is the oral speech of one person, which implies a more or less detailed form of his thoughts, intentions, assessment of different events, etc. Accordingly, the monologue statement is divided into the following types: monologue — message; monologue — description; monologue — reasoning; monologue — narration; monologue — persuasion. They are determined by the context and adverbs of time (usually, then, yet, often, ever), adverbs expressing sequence (firstly, next, consequently, meanwhile), as well as by combining speech patterns in accordance with the goals and conditions of communication.

At the beginning level of teaching English, the teacher faces on the objective of generating interest and arousing the desire of students to learn English. The teacher

must form a lexical minimum for students and gradually expand it, explain how to build statements using the learned vocabulary.

After studying at the pre-intermediate level, moving to the intermediate level, the student is already familiar with such types of statements: monologue-narration, story, monologue-description, monologue-reasoning and it is assumed that the student understands how to distinguish these types, and how appropriate to apply the previously described adverbs. At the intermediate level of education, the process of developing knowledge, skills and abilities, creating a base for the formation of other types of speech activity begins. Requirements for monologue speech at the intermediate level of language learning:

- Be able to give short statements about facts and events, using such communicative types of speech as description/characterization, narration/message, emotional and value assertion;

- Be able to present a summary, the main ideas of what was read;

- Retell the read/heard text;

- Express and argue your opinion to what you have read.

Teaching monologue speech goes through three stages.

At the first stage of learning, language skills are trained, which are subsequently practiced to automatism. The student learns the correct use of phonetic, lexical and grammatical material. For example, the teacher determines the topic «Travel», and students in turn give statements on this topic with the obligatory use of previously learned vocabulary or grammatical patterns.

At the second stage of learning, students learn the correct selection of language material and the selection of language tools which will correspond to the purpose of communication. The focus is on the logical connection of the spoken phrases. For example, if the statements were too simple, slightly off-topic, inconsistent, like «I would like to visit New Delhi. My favorite Indian actress is Aishwarya Rai. I have always liked Indian culture».

The third stage is characterized by an increase in the extent of utterance and a focus on the initiative of speech. Now the student must include elements of argumentation in his speech. Also, it is necessary to develop a longer meaningful statements and, accordingly, of a better quality. For example, expand simple sentences and then they will look like this: «I found out about Bollywood when I was 15 years old, I saw a movie «Hum Dil De Chuke Sanam» starring Aishwarya Rai. After that, I get interested in Indian culture, which has excited me for many years. As soon as I have the opportunity to travel, the first thing I will do is fly to the capital of India, New Delhi».

— To train a monologue utterance, the teacher uses exercises that are contribute to the development of logical thinking, the formation of skills and abilities of structural construction of speech. For example:

- Form complex sentences from simple sentences;
- Complete the statements using the suggested options or your own opinion;
- Choose the appropriate arguments for these theses, given below, or come up with your own arguments;
- Explain the reason...;
- Prove that...;
- Look at the picture and describe who you see, what situation is happening, what circumstances are around, how you feel about it etc.;
- Listen to the audio / watch the video and express your opinion about what is happening, events, etc.

The formation of reasoned monologue speech should be systematically developed, overcome various difficulties in the process, train with the help of specially selected exercises and constant oral practice. It is necessary to follow the goal competently, logically, structurally express thoughts. Also, not the last place is occupied by the teacher's correct setting of the motivational aspect for learning English for students. As a result, students should understand the importance, learn to the ability to build monologue speech and appropriately combine language tools and learn how to use the language as a way of communication.

### *References:*

1. Габеева К.А. Развитие умения монологической речи на английском языке: этапы работы // Ценности и смыслы. 2018. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-umeniya-monologicheskoy-rechi-na-angliyskom-yazyke-etapy-raboty>.
2. Уланова Ольга Борисовна Развитие логического мышления студентов при овладении устной монологической англоязычной речью // Проблемы современного педагогического образования. 2020. № 67–3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-logicheskogo-myshleniya-studentov-pri-ovladienii-ustnoy-monologicheskoy-angloyazychnoy-rechyu>.
3. Королева Елена Владимировна, Конышева Юлия Романовна Использование метода сторителлинг при обучении монологической речи на уроках английского языка // Проблемы современного педагогического образования. 2022. № 76–4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/>



ispolzovanie-metoda-storitelling-pri-obuchenii-monologicheskoy-rechi-na-urokah-angliyskogo-yazyka.

## Методы и приемы развития критического мышления на уроках английского языка в школе

Лопушенко Наталья Александровна, учитель английского языка  
ГБОУ СОШ № 13 г. Жигулевска (Самарская обл.)

*В статье автор приводит практические примеры учебных заданий, направленных на развитие критического мышления обучающихся.*

**Ключевые слова:** критическое мышление, «мягкие» навыки, «жесткие» навыки.

**Н**авыки, которые школьники получают в школе, можно разделить на «жесткие» и «мягкие».

Hard skills, или «жесткие» навыки — это набор профессиональных знаний и умений. Они в первую очередь пригодятся в работе, их легко можно измерить. Например, уровень английского языка, степень владения программированием, скорость печати и т. д.

Ведущие специалисты России и мира в своих докладах делают упор на Soft Skills, то есть «мягкие навыки». По результатам исследования, проведенного в Гарвардском Университете (Harvard University) и Стенфордском Исследовательском Институте (Stanford Research Institute) говорят о том, что вклад Hard skills в профессиональную успешность сотрудника составляет всего 15%, тогда как Soft skills определяют оставшиеся 85%.

К мягким навыкам относятся:

- коммуникативные навыки — это умение общаться и устанавливать контакт. Грамотно презентовать себя и уметь слышать то, что говорит собеседник.
- социальные навыки — это умение устанавливать связи, позиционировать себя в обществе. Уметь работать самостоятельно и в команде.
- эмоциональный интеллект — это навыки управления своим эмоциональным интеллектом, влияют на работу ученика с другими членами группы, мотивацию и самоконтроль.

- планирование, самоорганизация — это грамотное, пошаговое распределение времени. Тот навык, который пригодится и во время обучения, и в будущем.
- критическое мышление — это умение объективно оценить ситуацию или событие. Переработать поступающую информацию, сделать определенные выводы и вынести собственные убеждения. Умение анализировать и прогнозировать, принимать решения, искать и создавать ресурсы, пути решения или выхода. А также, способность мыслить нестандартно.

Критическому мышлению как результату научить нельзя. Если мы скажем ученику «ok, let's think critically, we need to answer this questions, to match headings», то он ответит «I'm listening but I can't hear», «я стараюсь, я пытаюсь это сделать, thinking critically, но я не знаю, как это делать».

Научиться критическому мышлению, научиться логике — это огромный комплексный процесс. Нужно обучать критическому мышлению нативно, в процессе обучения языку и речи, именно как процессу, а не как результату. Необходимо декомпозировать весь процесс на отдельные действия и научить отдельным действиям.

Американский психолог Бенджамин Блум предложил планировать занятия с помощью пирамиды учебных целей, чтобы развивать высокие формы мышления школьников. Метод помогает лучше структурировать материал урока: педагог не только делится с учениками новой информацией, но и помогает её осмыслить, оценить и применить в жизни. Благодаря этой методике учителю легче отслеживать прогресс в обучении.

Пирамида учебных целей Блума — это иерархия учебных целей, которая описывает уровни освоения предмета. С помощью пирамиды учителя смогут составлять план занятий таким образом, чтобы ученики работали с материалами урока, критически оценивая их и делая собственные выводы. Для этого Блум выделил шесть основных действий с информацией.

Пирамида учебных целей позволяет также спланировать урок, на котором ученики будут формировать «мягкие» навыки в процессе развития «жестких» навыков, делая обучение более эффективным.

Разберем задание 10 письменной части ЕГЭ по английскому языку. С целью развития критического мышления начинаем прорабатывать заголовки: дайте 5 ассоциаций каждому из заголовков — 1 позитивную, 1 негативную, 1 человека, например, который ассоциируется с Christmas, 1 предмет, 1 глагол. Можно как угодно варьировать и менять условия.

Для проработки мягких навыков и развития критического мышления в задании номер три устной части ЕГЭ по английскому языку можно предложить ученикам только первую часть задания — вступление к интервью. Затем даем задание спрогнозировать вопросы в четырех категориях: что я, скорее всего, услышу; вопросы маловероятные для участия в собеседовании; вопросы на которые хотелось бы ответить; вопросы, которые могут вызвать затруднение.

Использование на уроках такого приема как See Think Wonder, помогает закрепить слова раздела или текущего урока, развивает коммуникативные навыки.

Этот метод можно использовать на любой стадии урока. Учащиеся делятся на группы из двух человек и обсуждают картинку, отвечая на вопрос:

What do I see? (Что я вижу?)

What do I think? (Что я думаю?)

What does it make me wonder?

При прохождении темы «Проблемы окружающей среды» в 7 классе, учащимся была предложена картинка для обсуждения: «Загрязнение водных пространств».

Главной особенностью технологии развития критического мышления, «является построение собственных знаний в рамках своей поисковой деятельности».

Рассмотренные методы развития критического мышления на уроках английского языка позволяют сделать работу на уроках более эффективной, интересной и творческой, а главное — результативной.

Работа по развитию критического мышления в процессе обучения английскому языку позволяет формировать у учащихся социально значимые, нравственно-ценностные мотивы поведения, повышать уровень социализации, развивать креативность и рефлексия, воспитывать инициативность, коммуникативность, динамизм — все, что значимо для формирования потребностно-мотивационной и операционно-технической сфер школьника.

Развитие критического мышления на уроках английского языка позволяет учителю создать в классе атмосферу открытости и сотрудничества; использовать систему эффективных методик, которые способствуют развитию критического мышления и самостоятельности в процессе обучения; грамотно анализировать свою деятельность; стать источником ценной профессиональной информации для других учителей.

Таким образом, использование этих технологии позволяет значительно увеличить время речевой практики на уроке для каждого ученика, добиться

усвоения материала всеми участниками группы, решить разнообразные воспитательные и развивающие задачи. Учитель в свою очередь становится организатором самостоятельной учебно-познавательной, коммуникативной, деятельности учащихся, у него появляются возможности для совершенствования процесса обучения, развития коммуникативной компетенции учащихся, целостного развития их личности.

*Литература:*

1. Батырханова Г. Б. Развитие критического мышления на уроках английского языка // Педагогическая наука и практика. 2019. № 4 (26).
2. Заир-Бек С. И. Развитие критического мышления на уроке: пособие для учителей общеобразовательных учреждений. М.: Просвещение, 2011, 223с.
3. Чижаковская Я. И. Использование технологии критического мышления на уроках английского языка/ Я. И. Чижаковская // Иностранные языки в школе. — 2018. — № 12
4. Яфарова, М. П. Применение технологии критического мышления на уроках английского языка как способ повышения мотивации / М. П. Яфарова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 42 (176). — С. 222–229.

## ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

### Соответствие питания режиму тренировок, соревнований и отдыха

Рахматов Ахмеджан Ибрагимович, кандидат педагогических наук,  
профессор

Национальный исследовательский Московский государственный строительный университет

*В данной статье проводится анализ вопросов питания квалифицированных спортсменов в силовых видах спорта. Следует учитывать два момента. Первый — необходимость удовлетворения повышенных потребностей организма в белках, витаминах и минералах. И второй — увеличение времени, затраченного на проведение тренировочных занятий.*

**Ключевые слова:** восстановление гликогена, физические нагрузки, быстрота восстановления, количество молекул, мышцы.

### Compliance of nutrition with the training, competition and rest regime

Akhmedzhan Ibrahimovich Rakhmatov, Candidate of Pedagogical Sciences,  
Professor

National Research Moscow State University of Civil Engineering

*This article analyzes the nutrition issues of qualified athletes in power sports, two points should be taken into account. The first is the need to meet the increased needs of the body in proteins, vitamins and minerals. And the second is an increase in the time spent on conducting training sessions.*

**Keywords:** glycogen recovery, physical activity, speed of recovery, number of molecules, muscles.

**Ж**иры обладают пластической (участвуя в строительстве составных частей клеток), защитной (защищая важнейшие органы от механических и тем-

пературных воздействий) и энергетической функциями. Для энергетического обеспечения напряженной силовой работы жиры как источник энергии имеют некоторые особенности. В частности, по выделяемой энергии при окислении одного грамма (9,3 ккал/г по сравнению с 4,1 ккал/г для углеводов) и количеству молекул АТФ (142 по сравнению с 38 для углеводов) жиры имеют определенное преимущество. Однако для получения одинакового количества молекул АТФ при окислении жиров требуется большее количество кислорода (26 молекул кислорода, а глюкозы — 6 молекул). Поэтому в качестве источника энергии непосредственно во время выполнения силовой работы окисление жиров не может быть эффективным. Однако значение жиров как источника энергии существенно повышается в период восстановления после физических нагрузок, т. к. в организме в это время отсутствует дефицит кислорода.

Углеводы играют ведущее значение в энергообеспечении физической работы. В этой связи особую важность приобретает выработка стратегии восполнения потерь углеводов после тренировок и увеличения их запасов в мышцах.

На скорость восстановления гликогена мышц после физической нагрузки влияет количество принимаемых углеводов, их тип, время и кратность употребления. Наибольшая скорость восстановления мышечного гликогена отмечается в период времени от 30 мин до 2-х ч после завершения физической нагрузки. Если прием углеводов происходит более чем через 2 ч после нагрузки, то скорость восстановления гликогена снижается, т. к. снижается чувствительность мышц к инсулину

Для увеличения скорости восстановления гликогена в мышцах следует использовать частый прием небольших количеств углеводов. Более эффективным для быстрого восстановления запасов гликогена является прием глюкозы и сахарозы. В то время как прием фруктозы с этой целью является менее эффективным.

Для увеличения скорости восстановления мышечного гликогена к углеводам добавляют, как правило, небольшое количество аминокислот — так называемые белковые коктейли — (8% углеводов + 2% аминокислот).

Структура суточного рациона питания для спортсмена, тренирующегося с целью развития силовых качеств (пищевая ценность в диапазоне 4000–5500 ккал), в процентном соотношении должна составлять:

$$\text{белки / жиры / углеводы} = 16\text{--}20\% / 30\text{--}33\% / 45\text{--}50\%.$$

Витамины — группа органических соединений, которые обладают высокой биологической активностью. Они влияют на обмен веществ, использование

клетками кислорода, синтез гемоглобина и другие функции, тесным образом связанные с энергообменом и составляющие основу физической работоспособности. Известно 20 витаминов, необходимых человеку.

Суточная потребность в витаминах зависит от климатических условий, интенсивности физической и умственной работы, нервно-психического напряжения. Потребность в витаминах возрастает при систематических физических нагрузках, при этом на каждую дополнительную тысячу килокалорий энергозатрат потребность в витаминах возрастает на 33%.

Значительная часть напряженных силовых тренировок проводится в анаэробном режиме, в результате чего особенно увеличивается потребность в витаминах С, В<sub>р</sub>, В<sub>15</sub>, Е. Необходимость в повышенном приеме витаминов также возникает при смене климатических условий и географических поясов. Однако, планируя прием дополнительных доз витаминов, не следует забывать, что пища, принимаемая в течение дня, также содержит определенное количество этих веществ.

Минеральные вещества входят в состав ферментов, катализируют обмен веществ в организме, участвуют в пластических процессах, принимают участие в кроветворении, влияют на защитные функции организма, участвуют в кислотно-щелочных реакциях, ферментативной и гормональной деятельности. В зависимости от их содержания в организме и пищевых продуктах минеральные вещества подразделяют на макроэлементы и микроэлементы.

*Макроэлементы* содержатся в количествах, измеряемых десятками и сотнями миллиграммов на 100 г. Это кальций, фосфор, магний, калий, натрий, хлор и сера. *Микроэлементы* — большая группа химических веществ, которые присутствуют в низких концентрациях, выраженных единицами и десятками долями миллиграмма.

Потребность в минеральных веществах при силовых тренировках повышается. Кроме того, следует учитывать потери отдельных минералов при потоотделении. Во избежание нарушения водно-солевого баланса в ходе тренировки и после нее необходимо восполнять потери воды и минеральных веществ.

Быстрое восполнение организмом запасов воды после физической нагрузки — важная составная часть процесса восстановления. На этом этапе рекомендуется потреблять объем жидкости, превышающий на 50% ее потери за время тренировочного занятия. При этом важно не допускать низкого содержания минералов (особенно натрия) в принимаемой жидкости, так как это приводит к усиленному выводу жидкости из организма. Такой эффект может наблюдаться даже при отрицательном балансе жидкости. Целесообразно в жид-

кость добавлять простые углеводы (глюкозу, сахарозу) концентрацией до 8% и небольшое количество аминокислот.

Таким образом, при развитии силовых качеств особое внимание следует уделять вопросам питания спортсменов.

В частности, с помощью отдельных факторов питания можно оказывать влияние на белковый обмен, эффективность энергообеспечения физической работы, снижение скорости накопления метаболитов. Все это требует разработки индивидуализированного специализированного питания спортсменов в силовых и скоростно-силовых видах спорта.

Например, увеличение времени, затраченного на тренировочные занятия, вызывает другую проблему — нехватку времени, в течение которого возможен режим нормального пищеварения. Дело в том, что во время напряженной физической работы происходит существенное изменение деятельности желудочно-кишечного тракта. Подобные изменения связаны с угнетением работы органов пищеварения, особенно моторной и секреторной функций желудка, со снижением притока крови к органам брюшной полости.

При двухразовых тренировках распределение калорийности суточного рациона может быть следующим: завтрак — 25% общей калорийности суточного рациона; первая тренировка, обед — 35%; полдник — 5%, вторая тренировка, ужин — 30%.

При включении в питание спортсменов специализированных продуктов повышенной биологической ценности (ППБЦ) (наборов легко усвояемых белков и комплексов аминокислот) в качестве пищевых добавок целесообразно их следующее распределение по приемам: завтрак — 25%>; прием ППБЦ после первой тренировки — 5%>; обед — 30%; полдник — 5%; прием ППБЦ после второй тренировки — 10%>; ужин — 25%.

### *Литература:*

1. Булич Э. Г. Физическая культура и здоровье. — М.: Знание, 1991.
2. Курамшин Ю. Ф. Теория и методика физической культуры. Учеб. — М.: «Советский спорт», 2003.
3. Верхошанский Ю. В. Основы специальной силовой подготовки в спорте. — М.: Физкультура и спорт, 1970.
4. Матвеев Л. П., Новиков А. Д. Теория и методика физического воспитания. Учеб. Для ин-тов физ. Культуры. Изд. 2-е. испр. и доп. (в 2-х т.). — М.: «Физкультура и спорт», 1976.



5. Теория и методика физического воспитания: Учеб. Для студентов фак. Физ. Культуры пед. ин-тов по спец. 03.03 «Физ. культура» / Б.А. Ашмарин., Ю.А. Виноградов, З.Н. Вяткина и др.; под ред. Б.А. Ашмарина. — М.: Просвещение, 1990.
6. Холодов Ж.К., Кузнецов В.С. Теория и методика физического воспитания и спорта. Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «академия» 2000.

## ФИЛОЛОГИЯ И ЛИНГВИСТИКА

### Правила оформления документов в англоязычных странах

Ивасенко Арина Андреевна, студент

Научный руководитель: Кокора Юлия Васильевна, преподаватель

Северо-Кавказский филиал Российского государственного университета правосудия  
(г. Краснодар)

*В данной статье подробно рассматриваются основные правила оформления деловых писем в английском языке. Особое внимание уделяется терминологии и правилам ее использования в источниках юридического характера. В качестве анализируемого материала взят стандарт деловой корреспонденции, принятый в англоязычных странах. В процессе работы мы приходим к выводу о том, что знание основ оформления деловой документации является одним из необходимых требований для современного специалиста.*

**Ключевые слова:** термин, деловая документация, юридическая лингвистика, стандарт.

Существуют значительные различия в оформлении документов в России и англоговорящих странах. Они касаются как части оформления, включая форму бланка и стандарты его заполнения, так и аспект организации письма (наличие вводной части, норм вежливости и т.д.). В данной работе рассматриваются основные особенности оформления документов в англоязычных странах (Великобритания и США) [3].

Сегодня наблюдается тенденция стандартизации делового письма. Этому явлению способствует деятельность многих международных компаний, стремящихся унифицировать формат официальных документов, включая форму письма. На данный момент можно выделить следующие обязательные аспекты делового письма:

1. Информация об отправителе (Issuer Field), включая название организации, юридический адрес, номер телефона и другие сведения;
2. Аналогичные данные получателя (Reference Line);

3. Дата (Date);
4. Обращение (Salutation or greeting);
5. Тема письма (Subject Line);
6. Основная часть письма (Body of the Letter);
7. Завершающая фраза на отдельной строке (Complimentary Close);
8. Подпись (Signature);
9. Приложение («Attachment» в случае, если к письму прилагается документ или договор);

В своем практическом пособии Ш. Тейлор справедливо замечает: «Заголовок письма включает эмблему фирмы, ее наименование, почтовый адрес с указанием индекса и номера телефона. В заголовке может содержаться указание о роде деятельности фирмы, ее характеристика (например: Inc. или Ltd., где Inc. — «incorporated» (корпорация), а Ltd — «limited» (общество с ограниченной ответственностью или ООО)» [4, с. 150]. В целях экономии времени в указании реквизитов поощряется открытая пунктуация, что означает почти полное отсутствие знаков препинания. Далее следует информация об адресанте, включая код фирмы или отдела (буквенный и цифровой), а также индекс или номер дела [2, с. 190].

Особое внимание следует уделить правилам оформления дат. В английской языковой традиции существует две разновидности их оформления: британская и американская. В британском варианте имеет место запись посредством слов и цифр. Похожий случай мы можем увидеть в российской финансовой документации:

19 Sep. 2023 \ 19 September, 2023 \ 19th September, 2023

Как мы видим из примера, на первом месте стоит день, на втором — месяц, на третьем — год, что полностью соответствует правилам оформления, принятым в России.

Способ обозначения даты, принятый в США, строится по следующей схеме:  
September 19th, 2023 September 19, 2023

Как можно заметить на примере, на первом месте стоит месяц, а на втором — год, а не наоборот. Перед числительным, обозначающим год, обычно ставится запятая [1, с. 301]. В настоящее время значительную популярность набирает тенденция минимального использования знаков пунктуации, в результате чего можно встретить следующий формат написания даты: 19 September 2023.

Не рекомендуется употреблять в датах цифры вместо названий месяцев, так как последовательность дня и месяца в разных странах может варьироваться.

Указанные выше различия связаны с особенностями прочтения дат в США и Великобритании:

США	Великобритания
10/ 4 / 2017 месяц/день/год	10 /4 / 2017 день/месяц/год

Международной организацией по стандартизации (ISO), в связи с компьютеризацией делопроизводства, рекомендуется универсальное цифровое обозначение дат. Элементы обозначения приводятся в следующей последовательности: год, месяц, день. (2000–12–31 или 2000/12/31).

Если письмо направляется фирме, то сначала указываются ее название, затем адрес в следующей последовательности: номер дома, название улицы, название города, обозначение почтового района (при необходимости). Если письмо адресовано в США, необходимо указать название штата, если в Великобританию — название графства. Последней строкой указывается страна. Например: Continental Supply Company, 312 Fifth Avenue, New York, NY, 11021 U. S. A.

Вступительное обращение представляет собой общепринятую стандартную формулу, являющуюся неотъемлемой частью этикета делового письма. Обращение принято писать на левой стороне бланка отдельной строкой.

В письмах к фирмам и организациям обычно употребляется фраза Dear Sir/Madam, или Dear... (current position — занимаемая должность) [5, с. 90].

Вводная часть письма печатается ниже. Членение на абзацы происходит посредством нескольких интервалов. Текст письма содержит два основных абзаца: в первом содержится основная смысловая нагрузка, во втором — оформляется заключение [2, с. 120].

Смысловая часть должна излагаться деловым, однако подчеркнута уважительным тоном, быть логичной и убедительной. Заключительная фраза вежливости носит стереотипный характер. Например:

1. Your prompt reply be appreciated (Мы были благодарны за ваш скорый ответ);
2. Please accept thanks in advance (заранее примите нашу благодарность);
3. With my personal regards and good wishes (Примите мои наилучшие пожелания) [5, С. 102].

Подпись располагается на отдельной строке. Указание имени воспроизводится без точки.

Таким образом, рассмотрев основные особенности оформления деловых писем в английском языке, мы пришли к выводу о том, что, несмотря на некоторые расхождения в правилах оформления, стандарт деловых писем остается одинаковым, как в англоязычном пространстве, так и в других странах благо-

даря Международной организации по стандартизации, стремящейся унифицировать нормы оформления, принятые в разных странах.

*Литература:*

1. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык: учебник для вузов. / И. В. Арнольд. — 8-е изд., — М.: Флинта; Наука, 2016, 310 с.
2. Зайцева С. Е. English for Students of Law: учебное пособие / С. Е. Зайцева, Л. А. Тинигина. — М.: КНОРУС, 2008. 346 с.
3. Особенности оформления документов за рубежом. Лекция 17. [Электронный ресурс] Казанский государственный энергетический университет. URL: <https://studfile.net/preview/6326876/page:17>.
4. Тейлор, Ш. Деловая переписка и образцы документов на английском языке / Ш. Тейлор. — М.: Проспект, 2002. 377 с.
5. Ткачева Л. Б. Основные закономерности английской терминологии. Т.: Изд-во Том. ун-та, 1987. 200 с.
6. Швейцер А. Д. Перевод и лингвистика. / А. Д. Швейцер. — М.: Наука, 2013. 141 с.

Научное издание

## **Исследования молодых ученых**

Выпускающий редактор Г.А. Кайнова  
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О.А. Шульга, З.А. Огурцова  
Подготовка оригинал-макета О.В. Майер

Материалы публикуются в авторской редакции.

Подписано в печать 16.05.2023. Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 3,8.  
Тираж 300 экз.

Издательство «Молодой ученый». 420029,  
г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый»,  
г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.