

НОВАЯ НАУКА

Международный центр
научного партнерства



NEW SCIENCE

International Center
for Scientific Partnership

НАУКА XXI ВЕКА: ВЫЗОВЫ, СТАНОВЛЕНИЕ, РАЗВИТИЕ

Сборник статей XIV Международной
научно-практической конференции,
состоявшейся 20 ноября 2023 г.
в г. Петрозаводске

г. Петрозаводск
Российская Федерация
МЦНП «НОВАЯ НАУКА»
2023

УДК 001.12
ББК 70
НЗ4

Под общей редакцией
Ивановской И.И., Посновой М.В.,
кандидата философских наук

НЗ4 Наука XXI века: вызовы, становление, развитие : сборник статей
XIV Международной научно-практической конференции (20 ноября 2023 г.).
— Петрозаводск : МЦНП «НОВАЯ НАУКА», 2023. — 92 с. : ил., табл.

ISBN 978-5-00215-156-1

Настоящий сборник составлен по материалам XIV Международной научно-практической конференции НАУКА XXI ВЕКА: ВЫЗОВЫ, СТАНОВЛЕНИЕ, РАЗВИТИЕ, состоявшейся 20 ноября 2023 года в г. Петрозаводске (Россия). В сборнике рассматривается круг актуальных вопросов, стоящих перед современными исследователями. Целями проведения конференции являлись обсуждение практических вопросов современной науки, развитие методов и средств получения научных данных, обсуждение результатов исследований, полученных специалистами в охватываемых областях, обмен опытом. Сборник может быть полезен научным работникам, преподавателям, слушателям вузов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Авторы публикуемых статей несут ответственность за содержание своих работ, точность цитат, легитимность использования иллюстраций, приведенных цифр, фактов, названий, персональных данных и иной информации, а также за соблюдение законодательства Российской Федерации и сам факт публикации.

Полные тексты статей в открытом доступе размещены в Научной электронной библиотеке Elibrary.ru в соответствии с Договором № 467-03/2018К от 19.03.2018 г.

УДК 001.12
ББК 70

ISBN 978-5-00215-156-1

© Коллектив авторов, текст, иллюстрации, 2023
© МЦНП «НОВАЯ НАУКА» (ИП Ивановская И.И.), оформление, 2023

Состав редакционной коллегии и организационного комитета:

Аймурзина Б.Т., доктор экономических наук
Андрианова Л.П., доктор технических наук
Ахмедова Н.Р., доктор искусствоведения
Базарбаева С.М., доктор технических наук
Битокова С.Х., доктор филологических наук
Блинкова Л.П., доктор биологических наук
Гапоненко И.О., доктор филологических наук
Героева Л.М., кандидат педагогических наук
Добжанская О.Э., доктор искусствоведения
Доровских Г.Н., доктор медицинских наук
Дорохова Н.И., кандидат филологических наук
Ергалиева Р.А., доктор искусствоведения
Ершова Л.В., доктор педагогических наук
Зайцева С.А., доктор педагогических наук
Зверева Т.В., доктор филологических наук
Казакова А.Ю., кандидат социологических наук
Кобозева И.С., доктор педагогических наук
Кулеш А.И., доктор филологических наук
Мантатова Н.В., доктор ветеринарных наук
Мокшин Г.Н., доктор исторических наук
Молчанова Е.В., доктор экономических наук
Муратова Е.Ю., доктор филологических наук
Никонов М.В., доктор сельскохозяйственных наук
Панков Д.А., доктор экономических наук
Петров О.Ю., доктор сельскохозяйственных наук
Поснова М.В., кандидат философских наук
Рыбаков Н.С., доктор философских наук
Сансызбаева Г.А., кандидат экономических наук
Симонова С.А., доктор философских наук
Ханиева И.М., доктор сельскохозяйственных наук
Хугаева Р.Г., кандидат юридических наук
Червинец Ю.В., доктор медицинских наук
Чистякова О.В. доктор экономических наук
Чумичева Р.М., доктор педагогических наук

ОГЛАВЛЕНИЕ

СЕКЦИЯ ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	6
ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ	7
<i>Дониёрова Шохиста Шодияровна</i>	
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО МНОГОБОРЬЯ КАК СРЕДСТВО ПРОФИЛАКТИКИ ВОЗРАСТНОЙ ПОТЕРИ МЫШЕЧНОЙ МАССЫ	13
<i>Столяр Татьяна Александровна</i>	
ВАЖНОСТЬ СПОРТА В ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА	20
<i>Сулейманов Денис Азадович</i>	
СЕКЦИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	25
ПРИМЕНЕНИЕ СКАЗКОТЕРАПИИ В ИНДИВИДУАЛЬНОМ КОНСУЛЬТИРОВАНИИ ВЫСОКОЧУВСТВИТЕЛЬНЫХ ПОДРОСТКОВ С ЦЕЛЮ ПОВЫШЕНИЯ ИХ АДАПТАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА.....	26
<i>Маняпова Юлия Ивановна</i>	
ВЛИЯНИЕ ТЕХНОСТРЕССА НА ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ЗДОРОВЬЕ СТУДЕНТОВ	35
<i>Добрынина Полина Владимировна</i>	
СЕКЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ	40
АНАЛИЗ ЗАДАЧ РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	41
<i>Ашууров Некхбат Сайидумарович, Жужома Юлия Николаевна</i>	
ESG В ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ: ПРИМЕРЫ, МЕТОДЫ И ТРЕНДЫ.....	48
<i>Бороздина Наталья Максимовна</i>	
СЕКЦИЯ ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ.....	55
РАЗНОВИДНОСТИ ХЕНДОВЕРА В СОТОВЫХ СЕТЯХ СВЯЗИ.....	56
<i>Сапрыкин Дмитрий Владимирович</i>	
ИННОВАЦИОННЫЕ СТРОИТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	62
<i>Фирсов Илья Валерьевич, Файзрахманов Тимур Ринасович, Сафонов Юрий Игоревич</i>	
СЕКЦИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	71
КОНФЛИКТЫ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ И ИХ РЕГУЛИРОВАНИЕ В ООО ПКП «ЯРЭНЕРГОСЕРВИС»	72
<i>Елтышева Вера Юрьевна</i>	

СЕКЦИЯ МЕДИЦИНСКИЕ НАУКИ	76
МАРКЕТИНГ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ.....	77
<i>Дибраева Салихат Айдыновна, Иминова Наида Кадиевна, Газиева Эсмеральда Магомедовна</i>	
СЕКЦИЯ ВЕТЕРИНАРНЫЕ НАУКИ.....	85
ГИПОТРОФИИ ТЕЛЯТ ЧЁРНО-ПЁСТРОЙ ПОРОДЫ.....	86
<i>Трофимушкина И.Т., Филимонова Н.С.</i>	

**СЕКЦИЯ
ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ
НАУКИ**

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Дониёрова Шохиста Шодияровна

преподаватель

Узбекско-Финский педагогический институт

Аннотация: Данная статья посвящена педагогическим основам интернационализации высшего образовательного учреждения, в ней проанализированы такие вопросы, как качественное международное образование, необходимость внедрения современных методов обучения, основные задачи обучения в развитии сотрудничества, обмена опытом и обмена студентами образовательных учреждений.

Ключевые слова: интернационализация, академический показатель, учреждение, университет, высшее образование.

PEDAGOGICAL FOUNDATIONS OF INTERNATIONALIZATION OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS

Donierova Shohista Shodiyarovna

Abstract: This article is devoted to the pedagogical foundations of the internationalization of a higher educational institution, it analyzes issues such as high-quality international education, the need to introduce modern teaching methods, the main objectives of training in the development of cooperation, exchange of experience and exchange of students of educational institutions.

Key words: internationalization, academic indicator, institution, university, higher education.

В настоящее время предпринимаются последовательные меры по поднятию системы образования на новый уровень, совершенствованию качества подготовки педагогических кадров на основе передовых международных стандартов, повышению уровня охвата высшим педагогическим образованием. В частности, в связи с повышением охвата дошкольным образованием, внедрением 11-летнего общего среднего

образования и расширением охвата подготовки кадров с высшим образованием в целях своевременного удовлетворения потребности в высококвалифицированных кадрах в последние годы налажена деятельность 1 зарубежного и 4 отечественных высших образовательных учреждений, специализирующихся на подготовке педагогических кадров, организованы совместные образовательные программы по данной отрасли образования с зарубежными странами. Вместе с тем результаты анализа в области подготовки высококвалифицированных кадров для социальной сферы и отраслей экономики показывают, прежде всего, необходимость усиления внимания к качеству подготовки кадров для сферы образования, широкому внедрению передового зарубежного опыта в этой сфере, улучшению инфраструктуры педагогического образования [2].

Из этих сведений видно, что высшее образование является основой регионального развития. Социальная ответственность университета считается основным направлением национальной образовательной политики. Университет с социальной ответственностью способствует ускорению развития региона, снижению уровня политических и социальных рисков, укреплению международных экономических связей региона и страны, повышению авторитета университета, привлечению инвестиций, а также повышает его привлекательность.

Для повышения инвестиционной привлекательности системы высшего образования, признания ее в международном масштабе и обеспечения конкурентоспособности предпринимаются следующие меры:

- осуществление систематической работы по включению не менее 10 высших образовательных учреждений республики в первые 1000 мест в списке организаций, имеющих международное признание (Quacquarelli Symonds World University Rankings, Times Nigher Education или Academic Ranking of World Universities), в том числе включение Национального университета Узбекистана и Самаркандского государственного университета в список рейтинга первых 500 мест высших образовательных, при этом внедрить современные механизмы государственной поддержки этих высших образовательных учреждений;
- повышение участия высших образовательных учреждений в росте внутреннего валового продукта Узбекистана и их роли в формировании положительного международного имиджа страны;

- разработка обоснованных предложений по приведению в соответствие системы высшего образования республики с международными образовательными стандартами на основе углубленного изучения и анализа передового зарубежного опыта по адаптации образовательных программ к требованиям международных стандартов;

- увеличение удельного веса образовательных направлений, специальностей и факультетов, где обучение ведется полностью на иностранных языках;

- принятие соответствующего нормативно-правового акта о приеме иностранных граждан в магистратуру и докторантуру на основании собеседования, проводимого в порядке, установленном высшим образовательным учреждением;

- расширение сотрудничества в сфере образования с зарубежными странами по развитию экспорта образовательных услуг и совершенствованию их нормативно-правовой базы;

- реализация программы «Study in Uzbekistan» («Учись в Узбекистане»), создание специального веб-портала, пропагандирующего привлекательность образования в стране, и пополнение его подробной и достоверной информацией по всем высшим образовательным учреждениям;

- принятие программы по стратегии формирования имиджа высшего образования и высших образовательных учреждений на основе создания системы брендов и научных традиций в образовании;

- организация международных научных олимпиад среди высших образовательных учреждений;

- расширение деятельности по подготовке кадров на основе международных совместных образовательных программ в сотрудничестве с зарубежными высшими образовательными учреждениями, увеличение числа научных конференций и семинаров, проводимых в сотрудничестве, реализация международных и образовательных программ;

- организация международных совместных журналов, а также образовательных форумов, конференций ректоров и других мероприятий в сотрудничестве с высшими образовательными учреждениями и научно-исследовательскими центрами развитых стран;

- улучшение мест официальных веб-сайтов высших образовательных учреждений, занятых ими в рейтинговой системе организации Webometrics, в том числе регулярная публикация таких основных сведений, как сведения

высших образовательных учреждений об устройстве на работу выпускников в ведущих организациях и предприятиях, образовательных направлениях, специальностях в магистратуре, научно-техническом потенциале, профессорах и преподавателях, инфраструктуре, достижениях;

- организация филиалов отечественных высших образовательных учреждений в зарубежных странах, реализация совместных образовательных программ;

- совершенствование нормативно-правовых основ оказания консалтинговых услуг отечественными и зарубежными агентствами по привлечению иностранных граждан для обучения в Республике Узбекистан;

- усиление сотрудничества с Агентством информации и массовых коммуникация при Администрации Президента Республики Узбекистан, посольствами в зарубежных странах и международными организациями в целях создания международного имиджа системы высшего образования республики, реализация современных PR-проектов;

- укрепление связей с международными финансовыми институтами, ведущими международными организациями в целях развития сотрудничества в сфере высшего образования, поддержка инновационных инициатив, соответствующих интересам системы образования страны [1].

Социальная ответственность университета реализуется в двух направлениях: интернационализация и регионализация. Регионализация проявляется в тесном сотрудничестве университета с бизнес и научными центрами, обществами, образовательными учреждениями и областными органами власти.

Интернационализация высшего образования состоит из обучения иностранных студентов, привлечения иностранных преподавателей, зарубежной практики, обмена студентов, международных исследований, конференций, грантов.

Следует отметить, что авторитет высших образовательных учреждений зависит от степени интернационализации. С одной стороны, такая интернационализация обеспечит высшему образовательному учреждению доступ к большому фонту дарований и других видов ресурсов. Однако, с другой стороны, это открывает высшие образовательные учреждения для конкурентов, стремящихся к доступу к таким же ресурсам. В действительности интернационализация принуждает высшие образовательные учреждения к конкуренции не только на национальном, но также и на глобальном уровне; эти

уровни конкуренции отличаются друг от друга, но также и питают друг друга [3.490].

Еще одним важным направлением системы высшего образования является развитие интернационализации университетов. Это связано с необходимостью подготовки кадров международного уровня, способных осуществлять деятельность на мировом рынке труда и активизацией процессов развития инновационного компонента в деятельности высшего образовательного учреждения. Интернационализация учебного процесса объединяет определенные страны и все формы и виды деятельности их образовательных учреждений, наряду с этим обеспечивает международное сотрудничество на уровне образовательных систем, образовательных учреждений и преподавателей.

Говоря кратко, высшее образование выигрывает от того, что в современном обществе образование поднимается на международный уровень.

В настоящее время интернационализация высшего образования является важным направлением, ориентированным на предоставление студентам глобальных возможностей и подготовке их к проблемам взаимосвязанного мира. Согласно сведениям, привлекательность системы высшего образования подтверждается степенью ее интернационализации.

В заключении следует сказать, что под интернационализацией высшего образования следует понимать в качестве интеграции высшего образования в международное образовательное сообщество, это реализуется посредством использования определенных составных частей, включающих программы обмена студентами, преподавателями и субъектами мирового образовательного сообщества.

К ним относятся следующие:

- разработка и реализация единых образовательных программ, отвечающих международным стандартам;
- привлечение профессоров и преподавателей;
- расширение участия в различных международных конференциях, форумах, конкурсах;
- обеспечение выпускников вакантными рабочими местами на международном рынке труда;
- развитие межкультурных связей;
- усилить активность всех участников образовательного сообщества в области публикации своих работ в зарубежных изданиях;

– расширить возможности получения грантов от зарубежных организаций и в других формах в условиях интеграции и глобализации.

Список литературы

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 6-noyabrdagi “O‘zbekiston respublikasi oliy ta’lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5847-son Farmoni.

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 6-noyabrdagi “Pedagogik ta’lim sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4623-son Qarori.

3. F.Popescu. Globalization Strategies and Higher Education. A Dutch-Romanian Perspective. Advances in Intelligent Systems and Computing. 2017. Vol 498, p. 1239-1250.

4. <http://www.ziyonet.uz/>.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО МНОГОБОРЬЯ КАК СРЕДСТВО ПРОФИЛАКТИКИ ВОЗРАСТНОЙ ПОТЕРИ МЫШЕЧНОЙ МАССЫ

Столяр Татьяна Александровна

магистрант

ФГБОУ ВО «Калужский государственный университет
им. К.Э. Циолковского»

Аннотация: проблема возрастной потери мышечной массы актуальна для людей старших возрастов. Данная статья посвящена изучению механизмов профилактики возрастной потери мышечной массы у женщин 50-55 лет. В данной статье рассмотрены методы и средства функционального многоборья, направленные на организацию физкультурно-оздоровительного процесса с целью поддержания объема мышечной массы у женщин 50-55 лет.

Ключевые слова: физкультурно-оздоровительный процесс, возрастная потеря мышечной массы, функциональное многоборье.

THE EFFECTIVENESS OF USING FUNCTIONAL ALL-AROUND AS A MEANS OF PREVENTING AGE-RELATED LOSS OF MUSCLE MASS

Stolyar Tatiana Alexandrovna

Abstract: the problem of age-related loss of muscle mass is relevant for older people. This article is devoted to the study of the mechanisms of prevention of age-related loss of muscle mass in women aged 50-55 years. This article discusses the methods and means of functional all-around, aimed at organizing the physical culture and wellness process in order to maintain the volume of muscle mass in women 50-55 years old.

Key words: physical culture and wellness process, age-related loss of muscle mass, functional all-around.

Сохранение двигательной активности и высокого качества жизни населения старших возрастов является одной из приоритетных задач физической культуры и спорта. Сохранение мышечной массы является важным аспектом поддержания здоровья женщин 50-55 лет, их социальной активности.

Тем не менее, специалисты в области медицины, спорта и гериатрии отмечают, что поддержание хорошей физической формы и двигательной активности с возрастом является довольно трудной задачей. Это связано с рядом социальных, экономических и психологических причин.

С возрастом большинство женщин не считают необходимым следить за изменениями собственного организма, в частности, за состоянием опорно-двигательного аппарата. Обращение к специалистам-медикам или тренерам зачастую происходит при наличии уже сформированных проблем со здоровьем: хронические заболевания, лишний вес, негативные изменения гормонального статуса, поэтому проблема поддержания высокого тонуса мускулатуры выходит на второй план.

Поэтому существует проблема сохранения мышечной массы и профилактики её потери в старших возрастах у женщин.

Наиболее традиционным способом сохранения мышечной массы является применение средств физической культуры и спорта. В настоящее время существуют разнообразные средства сохранения и увеличения мышечной массы: специальные упражнения, лечебная физкультура, массаж, средства электромиостимуляции, медикаментозные средства, специальное питание, и т.п. Однако данные средства часто применяются эпизодически, бессистемно, то создает противоречие между необходимостью профилактики возрастной потери мышечной массы и организацией физкультурно-оздоровительного процесса.

Одним из средств, наиболее подходящих для разрешения данного противоречия является функциональное многоборье, направленное на гармоничное развитие тела и является эффективным средством профилактики возрастной потери мышечной массы у женщин. Функциональное многоборье в совокупности с организацией правильного питания, режима дня, с учетом индивидуального здоровья занимающихся может за относительно короткое время скорректировать потерю мышечной массы, связанную с возрастными изменениями в организме женщин 50-55 лет.

Цель исследования: проверить эффективность применения разработанной методики использования функционального многоборья для профилактики возрастной потери мышечной массы.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы по теме исследования, анкетирование, антропометрия, контрольные испытания, педагогический эксперимент, методы математической статистики.

Экспериментальной базой данного исследования является фитнес-центр «СССР» г. Обнинска. В эксперименте принимали участие 20 женщин 50-55 лет.

В данном исследовании в качестве контрольного испытания был выбран Гарвардский степ-тест. Респонденты КГ и ЭГ проходили данный тест на констатирующем и контрольном этапе эксперимента. Результаты Гарвардского степ-теста представлены в Таблице 1.

Таблица 1

Результаты Гарвардского степ-теста

Показатель (ЭГ)	КГ		ЭГ	
	ЧСС (конст)	ЧСС (контр)	ЧСС (конст)	ЧСС (контроль)
Стандартное отклонение (δ)	4,26	5,17	9,08	5,14
Среднее значение (\bar{x})	122,80	121,30	120,20	108,70
p	0,0170382		0,0000674	
t-эмп	0,70		3,50	
Динамика	122,8±4,26	121,30±5,17	120,20±9,08	108,7±5,14
Общая динамика, %	2,10		10,60	

Для анализа результатов Гарвардского степ-теста мы произвели сравнение ЧСС респондентов ЭГ и КГ. Было установлено, что на констатирующем этапе в КГ средний показатель ЧСС составил 122,80±4,26 ударов/мин, в то время, как в ЭГ – 120,20±9,08 ударов/мин.

После завершения опытной работы был повторно проведен данный тест. В КГ средний показатель составил 121,8±5,17 ударов/мин, что на 2,1% ниже, чем в начале эксперимента. Статистическая обработка не показала достоверно значимых различий ($p \leq 0,1703$).

В ЭГ на контрольном этапе данные изменились значительно. Средний показатель по группе на конец эксперимента составил 108,7±5,14 ударов/мин, что на 10,60% лучше, чем в начале эксперимента. Изменения статистически достоверны ($p \leq 0,0000674$).

В рамках данного исследования были произведены антропометрические измерения: рост, вес, охват плеча, охват талии, охват бедер, индекс ОТ/ОБ, индекс массы тела.

Результаты представлены в Таблице 2.

Таблица 2

Результаты антропометрии

Контрольная группа							
Показатель (КГ)	Рост, см	Вес, кг	ОП, см	ОТ, см	ОБ, см	Индекс ОТ/ОБ, ед	ИМТ, кг/м ²
Среднее значение (\bar{x})	162,60	76,10	30,30	90,20	112,80	0,80	28,44
Стандартное отклонение (δ)	3,78	5,91	1,57	2,97	2,74	0,02	2,38
p		0,0029	0,0112	0,0114	0,0264	0,5000	0,0016
Динамика до эксперимента		78,9±6,44	31,10±1,79	91,20±2,97	113,6±3,03	0,82±1,21	29,86±2,56
Динамика после эксперимента		76,1±5,9	30,3±1,5	90,2±2,97	112,8±2,7	0,7±1,20	28,43±2,3
Общая динамика, %		3,60	2,60	1,10	0,70	1,20	5,02
Экспериментальная группа							
Показатель (ЭГ)	Рост, см	Вес, кг	ОП, см	ОТ, см	ОБ, см	Индекс ОТ/ОБ, ед	ИМТ, кг/м ²
Среднее значение (\bar{x})	162,1	65,3	28,3	86,5	103,2	0,826	24,38
Стандартное отклонение (δ)	1,79	6,96	1,83	1,78	3,01	0,04	2,08
p		0,000003	0,000004	0,000007	0,00001	0,11659	0,00001
Динамика до эксперимента		81,24±5,08	31,5±2,12	92,5±1,35	112,6±2,87	0,82±1,6	30,4±1,9
Динамика после эксперимента		65,3±6,96	28,3±1,83	86,5±1,78	103±3,01	0,83±0,04	24,38±2,08
Общая динамика, %		24,40	11,30	6,90	9,30	1,20	24,60

Анализируя показатель «вес», мы получили следующие результаты. Статистически достоверные результаты наблюдались как в контрольной, ($p \leq 0,0029$), так и в экспериментальной группе ($p \leq 0,0000003$). Динамика в КГ составила 3,6%, в ЭГ – 24,4%. Испытуемые ЭГ показали лучшую потерю массы тела в ходе тренировок, нежели испытуемые КГ. Полученные результаты подтверждают гипотезу и доказывают эффективность программы. Достоверно значимые изменения массы тела в КГ связаны с увеличившейся нагрузкой, вследствие чего произошло уменьшение массы тела у испытуемых (средний показатель до эксперимента составил 76,10 кг, после – 65,3 кг).

Анализ динамики показателя (охват плеча) показал статистически достоверные изменения у испытуемых ЭГ ($p \leq 0,0000046$). Охват плеча изменился на 11,3%, в то время, как в КГ достоверно значимых различий не наблюдалось ($p \leq 0,0112$). Процентная разница составила 2,6%. Полученные результаты показывают, что программа, разработанная для ЭГ эффективна.

При оценке результатов, полученных для показателя «охват талии», мы нашли достоверно значимые изменения в ЭГ ($p \leq 0,0000075$). Средний показатель по группе изменился в конце эксперимента на 11%, в то время, как в КГ достоверно значимых различий не наблюдалось ($p \leq 0,011$). Процентная разница на конец эксперимента составила 1,1%. Полученные результаты доказывают гипотезу и подтверждают эффективность программы функционального многоборья как средства профилактики возрастной потери мышечной массы.

Анализ результатов по измерению «охват бедер» показал, что в ЭГ произошли существенные изменения ($p \leq 0,0000019$), в то время, как в КГ достоверно значимых изменений не наблюдалось ($p \leq 0,02$). Процентная разница в КГ составила 0,7%, в ЭГ – 9,3%.

Анализ показателя «Индекс ОТ/ОБ» показал, что достоверно значимых результатов не наблюдалось ни в одной из опытных групп ($p \leq 0,5$ в ЭГ и $p \leq 0,11$ в КГ). Мы связываем подобные результаты с тем, что каждая женщина имеет индивидуальные особенности строения тела, поэтому изменений показателя «Индекс ОТ/ОБ» может не наблюдаться. Вместе с тем это не подтверждает, но и не опровергает гипотезу.

При анализе показателя «Индекс массы тела» достоверно значимые результаты были получены в обеих группах. Так, в ЭГ данный показатель составил $p \leq 0,00000000014$, а в КГ – $p \leq 0,0016$. Вместе с тем процентная разница в ЭГ составила 24,6%, в КГ – 5,02%, что значительно ниже по сравнению с ЭГ. Испытуемые ЭГ показали значительное снижение индекса массы тела, что подтверждает гипотезу и доказывает эффективность разработанной экспериментальной программы.

В рамках данного исследования были произведены измерения следующих показателей биоимедансного анализа: активная клеточная масса (АКМ), жировая масса (ЖМ), свободная вода (СВ).

Результаты представлены в Таблице 3.

Таблица 3

Результаты биоимпедансометрии

Показатель (КГ)	КЛМ	ЖМ	СВ
Среднее значение (\bar{x})	1,64	3,16	10,30
Стандартное отклонение (δ)	27,85	32,52	28,01
p	0,0090	0,2815	0,0749
Динамика до эксперимента	27,36±1,48	32,08±3,02	32,93±2,56
Динамика после эксперимента	27,8±1,6	32,5±3,1	28,01±10,29
Общая динамика, %	-1,60	-1,30	17,50
Показатель (ЭГ)	КЛМ	ЖМ	СВ
Среднее значение (\bar{x})	31,39	20,88	31,6
Стандартное отклонение (δ)	2,67	5,30	1,73
p	0,0012263	0,0000030	0,0000283
Динамика до эксперимента	27,92±1,4	33,16±4,1	34,74±1,54
Динамика после эксперимента	31,39±2,67	20,88±5,3	31,6±1,73
Общая динамика, %	12,40	58,80	9,90

Анализ результатов по показателю «Активная клеточная масса» показал достоверно значимые результаты как в контрольной ($p \leq 0,009$), так и в экспериментальной группе ($p \leq 0,0012263$). Результаты ЭГ превосходят результаты КГ: процентная разница в КГ составила 1,6%, в ЭГ – 12,4%. Значительное увеличение активной клеточной массы говорит о том, что у испытуемых ЭГ изменилась масса мышц, что подтверждает гипотезу.

Далее был произведен анализ показателя «жировая масса». Достоверно значимые различия наблюдались в ЭГ ($p \leq 0,000003$), в то время, как в КГ изменения были незначительны ($p \leq 0,28$). Процентная разница составила в ЭГ 58,8%, в КГ – 1,3%. Большая потеря жировой массы связана с функциональными тренировками. Женщины, занимавшиеся по разработанной программе функционального многоборья, легче теряли жировую массу, что сказалось положительно как на физической форме, так и общем самочувствии. Таким образом, мы можем утверждать, что разработанная программа эффективна.

Анализ показателя «свободная вода» показал достоверно значимые различия в ЭГ ($p \leq 0,0000283$). В КГ достоверно значимых различий не

наблюдалось ($p \leq 0,07$). Биоимпеданс в ЭГ показал, что процентное соотношение свободной воды изменилось в меньшую сторону по сравнению с КГ.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что экспериментальная программа, направленная на профилактику возрастной потери мышечной массы средствами функционального многоборья у женщин 50-55 лет, эффективна. Достоверно значимые различия в ЭГ наблюдались при анализе результатов Гарвардского степ-теста, антропометрии (вес, охват талии, охват бедер, ИМТ), биоимпедансного анализа (активная клеточная масса, жировая масса, свободная вода).

Список литературы

1. Белов Д. О. Исследование проблемы формирования мотивации к занятиям физкультурно-оздоровительной деятельностью // Вестн. Самар. гос. ун-та путей сообщений. – 2016. – №1(15). – С. 158-161.

2. Букова Л. М. Фитнес-программа в коррекции состояния здоровья женщин первого зрелого возраста [Электронный ресурс] / Л. М. Букова, И. А. Ковальская, А. В. Расолько // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2016. Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fitnes-programma-vkorrektsii-sostoyaniyazdorovya-zhenschin-pervogo-zrelogo-vozrasta>

3. Возможности управления качеством жизни в пожилом возрасте на основе концепций активного долголетия / А. С. Башкирева, Д. Ю. Богданова, А. Я. Билык [и др.]. – DOI 10.26347/1607-2499201903-04070-079 // Клиническая геронтология. – 2019. – Т. 25, № 3-4. – С. 70-79.

ВАЖНОСТЬ СПОРТА В ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА

Сулейманов Денис Азадович

студент

Научный руководитель: **Казначеев Валерий Александрович**

кандидат психологических наук, доцент кафедры
физической и тактико-специальной подготовки
ФКОУ ВО «Самарский юридический институт ФСИН России»

Аннотация: Статья рассматривает роль спорта в жизни человека. Она охватывает как физические, так и психологические аспекты занятий спортом, а также его влияние на общество. Статья выявляет, что спорт способствует укреплению здоровья, развитию социальных навыков, формированию характера и достижению успеха в различных сферах жизни. Занимаясь, спортсмен формирует свои лидерские качества и настойчивость. Таким образом, статья раскрывает важность спорта в жизни человека.

Ключевые слова: спорт, здоровье, социальные навыки, лидерство, настойчивость, психологическое благополучие.

IMPORTANCE OF SPORTS IN HUMAN LIFE

Suleymanov Denis Azadovich

Abstract: The article examines the role of sport in human life. It covers both the physical and psychological aspects of sports, as well as its impact on society. The article reveals that sport helps improve health, develop social skills, build character and achieve success in various areas of life. While practicing, the athlete develops his leadership qualities and perseverance. Thus, the article reveals the importance of sport in a person's life.

Key words: sport, health, social skills, leadership, perseverance, psychological well-being.

Спорт играет важную роль в жизни людей, предоставляя им множество физических и психологических выгод. Более того, участие в спорте оказывает значительное влияние на социальные и эмоциональные аспекты жизни.

В современном мире активный образ жизни и забота о здоровье становятся все более важными. В данной статье мы рассмотрим, как спорт влияет на физическое и психическое здоровье людей, а также его социальные и психологические аспекты.

Участие в спортивных занятиях способствует поддержанию здоровья и физической формы. Оно позволяет укрепить мышцы, улучшить выносливость и координацию движений. Также регулярные тренировки способствуют укреплению костей и суставов, что может снизить риск различных заболеваний, таких как остеопороз. Более активный образ жизни путем занятий спортом также помогает в контроле веса и улучшении общего состояния организма. В целом, физическая активность, связанная со спортом, способствует поддержанию здоровья сердечно-сосудистой системы, улучшению обмена веществ и общему укреплению иммунитета.

Физические выгоды спорта являются ключевыми факторами, влияющими на здоровье человека. Участие в спортивных занятиях способствует не только поддержанию физической формы, но и улучшению общего самочувствия. Регулярные тренировки способствуют укреплению мышц, увеличению выносливости, а также улучшают координацию движений.

Физическая активность также влияет на здоровье на более глубоком уровне, укрепляя кости и суставы, что может значительно снизить риск развития различных заболеваний, включая остеопороз. Участие в спорте также способствует контролю веса и улучшению общего состояния организма. Благодаря регулярным физическим нагрузкам улучшается обмен веществ, что способствует снижению уровня холестерина в крови и укреплению сердечно-сосудистой системы. Это, в свою очередь, уменьшает риск сердечных заболеваний. Усиление иммунитета также является важным аспектом, благодаря которому организм становится более устойчивым к различным инфекциям и заболеваниям. В целом, физическая активность, связанная со спортом, имеет непосредственное воздействие на физическое и психическое здоровье человека, делая его более крепким и здоровым.

Спорт способствует улучшению психического здоровья. Участие в спортивных мероприятиях и тренировках помогает справляться со стрессом, развивает самодисциплину и выносливость. Регулярные физические упражнения способствуют выделению эндорфинов, которые улучшают настроение и помогают бороться с депрессией. Спорт также способствует

повышению уровня самооценки и самоуважения, а также помогает сформировать позитивное отношение к себе и окружающему миру.

Участие в командных видах спорта также развивает навыки сотрудничества, стратегического мышления и умение работать в команде. Получение новых навыков и достижение личных спортивных целей способствует личностному росту и развитию.

Спорт также может стать уникальным способом социализации, предоставляя возможность познакомиться с новыми людьми и находить единомышленников. Эти встречи могут привести к новым дружеским связям, укреплению социальной сети и поддержке в периоды трудностей.

Таким образом, участие в спортивных мероприятиях и физическая активность не только благоприятно влияют на физическое здоровье, но и играют важную роль в развитии психического благополучия человека, способствуя улучшению качества жизни.

Спорт помогает в формировании здорового образа жизни. Регулярные занятия физической активностью, участие в соревнованиях и тренировках способствуют формированию здоровых привычек. В результате, люди, занимающиеся спортом, склонны к более здоровому питанию, регулярному сну и управлению стрессом, что положительно сказывается на их общем здоровье.

Также спорт стимулирует людей к изучению и пониманию принципов самоуправления и самоконтроля. Занятия спортом учат ценить свое тело, следить за своим здоровьем, что позволяет предотвращать различные заболевания и укреплять иммунную систему. Благодаря этим навыкам, спорт стимулирует к активной и ответственной жизненной позиции.

Кроме того, участие в спортивных мероприятиях способствует формированию патриотизма и уважения к правилам и оппонентам, что в свою очередь способствует развитию уважения к другим и толерантности. Подобные ценности создают основу для развития гражданского общества и способствуют формированию интегрированного и устойчивого социума.

Таким образом, спорт играет решающую роль в формировании здорового образа жизни, побуждая людей к формированию здоровых привычек, самоконтролю и уважению к окружающему миру.

Общественная активность, стимулируемая занятиями спортом, проявляется на различных уровнях. Во-первых, участие в спортивных событиях, таких как марафоны, турниры, соревнования по выбранному виду спорта, способствует общению и формированию дружеских связей между

участниками и болельщиками. Люди объединяются в спортивных командах или клубах, учатся работать в коллективе, уделяя много внимания совместным тренировкам и достижению общих целей.

Во-вторых, спортивные события играют важную роль в общественной жизни, поднимая мораль даже у тех, кто не участвует в них напрямую. Такие события могут сплотить общество, вызвать интерес к физической культуре и спорту, а также способствовать благотворительности. Многие соревнования выступают в роли благотворительных фондов, собирая средства для нуждающихся и привлекая внимание людей к важным социальным вопросам.

В-третьих, общественная активность также проявляется в организации и волонтерской работе в рамках спортивных мероприятий. Множество людей, не имеющих напрямую отношения к конкретному виду спорта, участвуют в организации и проведении соревнований, контролируют безопасность их проведения, помогают спортсменам и болельщикам. Это участие открывает возможности для самореализации и приносит пользу обществу.

Наконец, спортивная общественная активность может приводить к формированию общественных организаций и общественных движений, посвященных спорту и его развитию. Эти организации могут давать голос спортсменам, формировать совместные инициативы по содействию физической активности, здоровому образу жизни, создавать уникальные возможности для обучения и развития юных спортсменов.

Таким образом, спорт способствует развитию общественной активности на разных уровнях – от интерперсональных отношений до формирования общественных движений и организаций, которые призваны улучшить общественные аспекты здоровья и развитие каждого человека.

Спорт также изучается в академическом контексте, что способствует увеличению научной базы о влиянии физической активности на здоровье и общественную жизнь. Ученые и исследователи в области спорта проводят исследования, разрабатывают стратегии и рекомендации, а также консультируют власти и общественные организации по вопросам организации спортивных программ и инфраструктуры. Люди также учатся использовать спортивные данные для создания планов и программ по поддержке здоровья общества в целом.

В местных сообществах спорт способствует созданию платформ для общения, социализации и развития. Здесь общественные мероприятия и соревнования по спорту объединяют различные группы людей, укрепляют связи внутри сообщества, позволяют выражать культурные традиции и

формируют общие ценности. Организация спортивных клубов и мероприятий в местных сообществах также обеспечивает площадку для интеграции, увеличивая вовлеченность разнообразных групп населения.

В заключение, можно сказать, что спорт играет важную роль в формировании здорового образа жизни и общественной активности.

Список литературы

1. Кузнецов М. Б. Некоторые аспекты формирования здорового образа жизни на занятиях физической культурой и спортом // Наука и практика. 2016. № 3 (68). С. 144-146.
2. Власова Ж. Н. Роль физической культуры в формировании здорового образа жизни // Гуманитарный вектор. Серия: Педагогика, психология. 2014. № 1. с. 58–62.
3. Энциклопедия физической подготовки. — М.; ФиС, 2004. — 232 с.

**СЕКЦИЯ
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ
НАУКИ**

**ПРИМЕНЕНИЕ СКАЗКОТЕРАПИИ В ИНДИВИДУАЛЬНОМ
КОНСУЛЬТИРОВАНИИ ВЫСОКОЧУВСТВИТЕЛЬНЫХ
ПОДРОСТКОВ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ
ИХ АДАПТАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА**

Маняпова Юлия Ивановна

магистрант

Научный руководитель: **Мосина Наталия Анатольевна**

к.п.н., доцент

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный
педагогический университет им. В.П. Астафьева»

Аннотация: В статье рассматривается применение метафорической схемы «Путешествие героя» в контексте психологической работы с высокочувствительными подростками. Автор описывает двенадцать этапов, по которым разворачивается терапевтическое взаимодействие, начиная от «Обыденного мира» и заканчивая «Возвращением с эликсиром». Каждый этап подробно анализируется, обогащается примерами и рекомендациями для специалистов, что позволяет более полно раскрыть внутренний мир клиента и его потребности. Особое внимание уделено роли «Наставника», который сопровождает клиента, помогая формировать ресурсы самоподдержки и интеграции полученного опыта в обыденной жизни. Также обсуждается возможность завершения сказки на девятом этапе для младших детей, в то время как для подростков и взрослых предлагается полный цикл, включающий проверку усвоенных уроков.

Статья содержит информацию о формирующем эксперименте, цель которого – оценить эффективность предложенной схемы в практической психологии и её влияние на повышение адаптационного потенциала высокочувствительных подростков.

Результаты эксперимента могут послужить основой для дальнейших исследований и разработки новых подходов в консультировании данной категории клиентов.

Ключевые слова: высокая чувствительность, адаптационный потенциал, индивидуальное консультирование, сказкотерапия.

**APPLICATION OF FAIRY TALE THERAPY IN INDIVIDUAL
COUNSELING OF HIGHLY SENSITIVE ADOLESCENTS
TO ENHANCE THEIR ADAPTIVE POTENTIAL**

Manyapova Yuliya Ivanovna

Scientific adviser: **Mosina Natalia Anatolyevna**

Abstract: The article examines the application of the metaphorical "Hero's Journey" scheme in the context of psychological work with highly sensitive adolescents. The author describes twelve stages of therapeutic interaction, starting from the "Ordinary World" and ending with the "Return with the Elixir." Each stage is analyzed in detail, enriched with examples and recommendations for specialists, allowing a fuller understanding of the client's inner world and needs. Particular attention is paid to the role of the "Mentor," who accompanies the client, helping to form resources for self-support and integration of the experience gained into everyday life. The possibility of ending the fairy tale at the ninth stage for younger children is also discussed, while a complete cycle, including the test of the lessons learned, is proposed for adolescents and adults.

The article contains information about a formative experiment aimed at evaluating the effectiveness of the proposed scheme in practical psychology and its impact on enhancing the adaptive potential of highly sensitive adolescents.

The results of the experiment may serve as a basis for further research and the development of new approaches in counseling this category of clients.

Key words: high sensitivity, adaptive potential, individual counseling, fairy tale therapy.

В статье «Психологические подходы к работе с высокочувствительными подростками» [5] мы подробно раскрыли понятие высокой чувствительности (ВЧ) и существующие методы коррекции поведения и общего психологического благополучия для ВЧ людей.

А.Г. Маклаков выделяет ключевые элементы, формирующие адаптационный потенциал личности, включающие: нервно-психическую устойчивость, самооценку личности, ощущение социальной поддержки и уровень конфликтности личности [4].

Для того чтобы высокочувствительные подростки могли проявить и развить свои сильные качества во взрослом мире, важно поддерживать их самооценку и чувство собственной значимости. В подростковый период, когда происходит интенсивное развитие мозга, развитие адаптационного потенциала является ключом к формированию у подростков устойчивости, гибкости и способности эффективно приспосабливаться к разнообразным обстоятельствам жизни.

На основании полученных результатов констатирующего эксперимента, нами была разработана программа с целью повышения адаптационного потенциала высокочувствительных подростков в процессе индивидуального консультирования.

В работе мы применяли сказкотерапию – относительно новое, но уже показавшее свою перспективность направление, которое активно развивается в области практической психологии. Сказкотерапия, используя метафоры и сюжетные повороты сказок, предоставляет подросткам уникальные возможности для самореализации, помогая им обрести своё «Я», а также строить глубокие и доверительные отношения с окружающими.

Метод сказкотерапии значительно улучшает и облегчает процесс проведения психотерапевтической работы. Метафоры или сказки являются не прямой формой психологического воздействия и не вызывают со стороны клиента сопротивления принятию новых идей, что характерно для методов прямых, направленных воздействий. Они воспринимаются мягче и приемлемее, а не как противопоставление или требование изменить себя. С одной стороны, метафора — это история или волшебная сказка, не требующая немедленного реагирования со стороны клиента, но с другой стороны, она стимулирует мышление, ощущения и идеи для разрешения психологической проблемы [2].

Как ключевой элемент сказкотерапии выступает создание героя, при этом особое внимание уделяется самому процессу его создания. Л.Г. Гребенщикова подчеркивает, что этот процесс подобен медитации, поскольку во время работы происходит трансформация личности клиента [3]. Это занятие способствует развитию тонких моторных навыков, творчества и способности к концентрации внимания. Взаимодействие с созданным персонажем помогает в осмыслении и анализе личных проблем, а также в поиске их решений. Использование кукол как инструмента терапии также может снижать уровень нервного напряжения.

В процессе создания героя активируются такие психологические механизмы, как проекция, идентификация и замещения, что способствует

достижению желаемых психотерапевтических эффектов. Важно, чтобы герой совпадал по полу и возрасту клиента, имена могут быть похожи или созвучны. Герой не должен быть идеальным или сверхчеловеком, он должен быть реалистичным, эмоционально близким клиенту и отражать его проблемы.

В процессе индивидуального консультирования мы придерживались схемы, основанной на стадиях путешествия героя, выделенных Кристофером Воглером [1].

1 стадия – Обыденный мир

В начале каждой истории герои часто выходят из зоны комфорта их обыденного существования и отправляются в необычное и неизведанное пространство. На этой стадии мы стремимся дать более глубокое описание мира героя, чтобы он отражал привычную среду клиента. Мы также подчеркиваем, что у героя есть аналогичные черты характера и проблемы, что и у нашего клиента, включая слабые стороны и недостатки. Герою предстоит пройти через личностное развитие и чему-то научиться — например, ладить с другими, доверять им, верить в себя, выражать свои чувства.

Важно изобразить повседневную жизнь таким образом, чтобы она явно контрастировала с «миром особенным». Этот контраст поможет герою ощутить различия между этими мирами более остро, когда он преодолет первый порог в неизведанный мир, где все будет по-иному.

2 стадия – Зов к странствиям

На этой стадии происходит завязка истории, где герой сталкивается с событием, которое потрясает основы его привычного мира. Это событие заставляет героя задуматься о возможности изменений в его жизни, переводя внимание с привычного бытия к перспективам неизведанного. Зов может прийти в форме сообщения или посланника, или же это может быть тихий внутренний голос, шепот подсознания, мягкий толчок к действию. Такой толчок может проявиться через сновидения, внезапное озарение или воображаемый образ. Ключевым моментом является то, что клиент должен уловить и принять этот зов, иначе сюжет не развернется и история не начнется.

3 стадия – Отвержение зова

На этом этапе герой часто отвергает зов, колеблется и стремится сохранить всё как есть, сталкиваясь с опасениями и неуверенностью перед лицом неведомого. Важно, чтобы специалист донёс до клиента, что такое отвержение — это нормальный этап, ведь через отказ и сомнение происходит внутренний рост. В сказке мы проигрываем этот момент, демонстрируя, что

герой не подчиняется автоматически, а обдумывает, взвешивает и задаётся вопросом: действительно ли мне это нужно? Беспокойство и сомнения героя обычно смягчаются или преодолеваются с помощью мудрого совета или волшебного предмета, который предстоит обрести герою в последующей встрече с наставником.

4 стадия – Встреча с наставником

На этапе встречи с наставником герой получает поддержку, полезные советы, знания, волшебные предметы или напоминание о его собственных ресурсах.

Даже если персонаж наставника отсутствует в сказке, герой, как правило, до начала своего пути сталкивается с неким источником мудрости. Он может искать совета у опытных людей или же вспоминать собственные прошлые уроки и испытания. В любом случае, наставник помогает герою разобраться с чертежами, схемами, картами, понять инструкции и планы. На этом этапе герой приобретает знания, припасы и уверенность в себе, без которых невозможно преодолеть страх и начать двигаться дальше.

5 стадия – Преодоление первого порога

На пятом этапе путешествия герой вступает в особенный мир и преодолевает первый порог. Но вырваться из повседневного мира бывает непросто. Герою предстоит столкнуться со Стражем сокрытого мира, который испытывает его решимость продолжить путь. Страж побуждает отказаться от приключения. Этот момент становится критическим испытанием для героя, ведь он может отступить и вернуться обратно, тем самым завершая историю, или же, преодолев силу привычки и сопротивление новому, проявить мужество и настойчивость. Чтобы перейти порог, герою необходимо проявить особую смелость, которую иногда называют «скачок веры» — решительный и необратимый акт, сродни прыжку в неизвестность без возможности вернуться.

Это решение основано на уверенности, что, несмотря на все риски, исход будет благоприятным. Именно это приводит к проникновению в скрытый мир приключений, часто сопровождаемому сменой декораций или образным перерождением героя.

6 стадия – Испытания, союзники, враги

В особенном мире герой осваивает новые правила и ценности, исследует альтернативные формы поведения и встречается с последствиями своих действий. На данном этапе герой получает те уроки и опыт, ради которых он пришёл в эту историю — осознание того, что можно иначе, по-другому.

На этом этапе испытаний героя может быть столько, сколько необходимо для проигрывания всех трудностей клиента в жизни и проявления всех его ресурсов. Испытания могут быть продолжением уроков, полученных от наставника, который может сопровождать героя, подготавливая его к предстоящим испытаниям.

Попав в особенный мир, герой находит друзей и недругов. Он должен понять, кому из новых знакомств можно доверять и на кого можно рассчитывать в трудную минуту, и это тоже является тестом на способность героя разбираться в людях. Враги обычно отражают личные проблемы и трудности героя, тогда как союзники подсказывают ему о наличии собственных ресурсов. Нередко герой объединяется с другими персонажами, каждый из которых обладает уникальными навыками и качествами, что способствует формированию команды. В процессе преодоления испытаний выявляются лидерские качества и вклад каждого члена команды, а также их сильные и слабые стороны.

7 стадия – Приближение к главному испытанию

На седьмой стадии своего путешествия, герой приближается к своей основной цели, к тому сокровищу или испытанию, ради которого был начат этот путь. В преддверии важного события, герой часто делает паузу, чтобы собрать с силами и спланировать свои действия. Это время для того, чтобы подготовиться к встрече с наиболее значимым испытанием, а также самым опасным. Подходя к ключевой точке сюжета, целесообразно навести порядок в своих рядах, подбодрить команду, поделиться опасениями. Важно, чтобы каждый член группы понимал конечную цель и свою роль в ее достижении. Иногда, на этом этапе внутри команды могут возникать споры за доминирование и влияние.

Однако для того, чтобы столкнуться с главным испытанием, герою может потребоваться преодолеть еще одно препятствие, часто связанное с его личными страхами или внутренними сомнениями. Преодоление этого препятствия требует значительных волевых усилий и решимости, чтобы подавить страх и двинуться вперед к заветной цели.

8 стадия – Главное испытание

Герой сталкивается с испытанием, которое позволяет определиться, изменился ли я, добился ли я чего-то? Обычно в сказках герои сталкиваются со смертью — это может быть столкновение с физической гибелью, разрушение их старых убеждений или конец прежней идентичности. Испытание сталкивает

героя с реальностью смерти, чтобы он мог возродиться, будь то буквально или в переносном смысле, и отпраздновать триумф над смертельными опасностями. Проходя это испытание, герой заслуживает право быть названным истинным героем. Опыт, полученный в ходе главного испытания, неизбежно изменяет его, и герой возвращается в обыденный мир, уже не тем, кем он был ранее.

Иногда, герою предоставляется несколько шансов пройти через главное испытание. Специалисту важно отметить, что каждый неудачный опыт — это ценный урок, который способствует нашему личностному росту, проиграв, мы пробуем снова и снова. Но когда герой, наконец, преодолевает главное испытание, он получает заслуженную награду.

9 стадия – Награда

После успешного преодоления критического момента главного испытания, герой может праздновать свое спасение. На этом этапе наставник часто возвращается, чтобы помочь герою осмыслить пройденный путь, подвести итоги, озвучить чему герой научился или сформулировать основную мудрость сказки. Клиент, следуя за героем, выстраивает новое понимание себя и своего опыта, вырабатывает новые понятия и правила, которые впоследствии становятся опорой в его жизни.

В работе с детьми младшего возраста последующие этапы можно опустить, история может логически завершиться на этой ноте триумфа и обретения награды.

10 стадия – Обратный путь

Для взрослых и подростков этот этап выступает в качестве дополнительной проверки героя. С психологической точки зрения, он символизирует решимость героя возвратиться в привычную жизнь, используя новые знания и умения, приобретенные в ходе приключений. Иногда это оказывается очень непросто. Порой герою кажется, что магия главного испытания растворится при свете дня. Его близкие могут не поверить рассказам о том, как герой чудесным образом избежал смерти.

Иногда герой сам решает покинуть уютное место для передышки, а иногда ему необходим толчок извне. Таким толчком может стать новая информация, которая кардинально изменит ход его действий. Возможно, напоминание о конечной цели его путешествия подстегнет героя двигаться дальше.

На этом этапе герой собирает всё, что он усвоил, завоевал, похитил или получил в дар в особенном мире. Теперь он ставит перед собой новую задачу:

избежать преследования, продолжить поиски приключений или вернуться домой. Но, прежде чем он сможет достичь любой из этих целей, его ожидает заключительный экзамен – процедура возрождения.

11 стадия – Возрождение

Прежде чем вернуться в обыденный мир, герой проходит процедуру очищения и претерпевает очередную метаморфозу, что необходимо для его новой жизни. В этой новой жизни должны найти отражение как лучшие черты его прошлого «Я», так и усвоенные уроки путешествия.

В момент возрождения герою может потребоваться сделать выбор, подтверждающий усвоение принципов и ценностей, полученных в ходе его путешествия. Здесь испытывается его способность отказаться от устаревших убеждений и доказать, что он претерпел изменения. Иногда герой может пойти на попятный, что означает своего рода смерть, однако он также может и воскреснуть, если вернется на правильный путь.

Чтобы возродиться, герой зачастую должен пожертвовать чем-то значимым: отказаться от устоявшихся привычек или устаревших идей. Основная функция возрождения — продемонстрировать, что герой действительно изменился.

12 стадия – Возвращение с эликсиром

На завершающей стадии герой сталкивается с последним испытанием – готовностью поделиться своими трофеями с миром. Настоящий герой возвращается из особенного мира с ценным даром – эликсиром, которым можно поделиться с другими. Однако, иногда герой решает не возвращаться, предпочитая остаться в мире, который он открыл для себя. Обретя новые знания, он может понять, что не сможет передать их своему народу. Это не делает его злодеем- это всё же победа, хоть и не полная. Оставшись в особенном мире, он может стать наставником для следующего героя.

В случае, если герой находит силы, чтобы не только овладеть знанием, но и передать его другим, он может привести свой народ к процветанию. Возвращаясь в обыденный мир, героя ждёт триумф. Герой обязательно должен получить награду за преодоленные испытания, за приобретенные знания и опыт, а также за то, что он стал другим.

Итак, следуя пути, предложенному специалистом, клиент приносит домой драгоценный эликсир, и теперь его задача – научиться применять его в своей жизни.

В настоящее время нами проводится формирующий эксперимент с применением в индивидуальном консультировании представленной схемы, с целью определения её эффективности и влияния на повышение адаптационного потенциала высокочувствительных подростков.

Список литературы

1. Воглер К. Путешествие писателя: Мифологические структуры в литературе и кино. – Альпина Паблишер, 2015.
2. Гавриченко Оксана Владимировна Сказкотерапия как особый метод психотерапевтической и диагностической работы // Акмеология. 2003. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/skazkoterapiya-kak-osobyuy-metod-psihoterapevticheskoy-i-diagnosticheskoy-raboty> (дата обращения: 03.11.2023).
3. Гребенщикова Л. Г. Основы куклотерапии. Галерея кукол / Л.Г. Гребенщикова. СПб.: Речь, 2007. 80 с.
4. Маклаков Анатолий Геннадьевич, Сидорова Александра Александровна Формирование адаптационного потенциала личности и его развитие в процессе обучения в вузе // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2011. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-adaptatsionnogo-potentsiala-lichnosti-i-ego-razvitie-v-protssesse-obucheniya-v-vuze> (дата обращения: 03.11.2023).]
5. Маняпова Ю. И. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РАБОТЕ С ВЫСОКОЧУВСТВИТЕЛЬНЫМИ ПОДРОСТКАМИ // НАУКА, ОБЩЕСТВО, ЛИЧНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ. – 2023. – С. 101-107.

ВЛИЯНИЕ ТЕХНОСТРЕССА НА ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ЗДОРОВЬЕ СТУДЕНТОВ

Добрынина Полина Владимировна
студент

Научный руководитель: **Грязнов Сергей Александрович**
кандидат педагогических наук, доцент,
декан факультета внебюджетной подготовки
ФКОУ ВО СЮИ ФСИН России

Аннотация: Прогресс в области информационных и коммуникационных технологий изменяет жизнь бесчисленными способами, в частности, использование инноваций может повысить качество, полезность и адаптируемость учебной среды. Однако цифровые инструменты также могут отрицательно повлиять на физиологическое и психологическое удовлетворение студентов, вызывая техностресс. Цель статьи – изучить влияние технострессоров на студентов, а также рассмотреть копинг-стратегии борьбы с ними.

Ключевые слова: студенты, техностресс, технострессоры, ИКТ, копинг-стратегии, психологическое благополучие.

INFLUENCE OF TECHNOSTRESS ON THE PSYCHOLOGICAL HEALTH OF STUDENTS

Dobrynina Polina Vladimirovna

Abstract: Advances in information and communications technology are changing lives in countless ways, and in particular, the use of innovation can improve the quality, usefulness and adaptability of learning environments. However, digital tools can also negatively impact students' physiological and psychological satisfaction by causing technostress. The purpose of the article is to study the influence of technostressors on students, as well as to consider coping strategies to combat them.

Key words: students, technostress, technostressors, ICT, coping strategies, psychological well-being.

С точки зрения образования, обучение, улучшенное с помощью инноваций, может управлять ценностью индивидуальных возможностей роста студентов, расширяя их доступ к качественным учебным ресурсам и совершенствуя методы получения информации. Однако скорость, с которой происходят технологические изменения, увеличила риск техностресса для всех заинтересованных сторон, связанных с образовательной средой.

Новый режим обучения требует дополнительного времени, расширенных предпосылок, а также наличие определенных способностей. Следовательно, в образовательной среде обучающиеся могут столкнуться с технострессом – состоянием дезадаптации, вызванной неспособностью адаптироваться к изменениям, связанным с использованием технологических инноваций.

В некоторых обстоятельствах технологический инструмент может быть излишне сложным, что способно отрицательно повлиять на эмоциональное и психологическое благополучие студентов. Сегодня преподавателям доступны различные цифровые приложения, которые они могут использовать на своих учебных занятиях, однако инновации склонны вызывать у студентов потенциально негативные побочные эффекты, например, техноиндуцированную тревогу. Также наоборот, чрезмерная зависимость пользователя от технологий может отрицательно влиять на его социально-личностное благополучие, повседневный режим, индивидуальную эффективность и успеваемость.

За последнее десятилетие в высшее образование внедрялись достижения в области данных, позволяющие студентам получать доступ к учебным материалам в любое время и любом месте. Эти инновации стали предпосылками перехода от традиционного к технологическому обучению (TEL), которое предполагает всестороннее использование ИКТ в целях образования и обучения. Однако достижения в области информационных технологий не всегда оказывают положительное влияние, вызывая стресс [1].

В умеренных дозировках стресс необходим, однако он становится опасным, когда человек, испытывающий напряжение, убеждается в своей неспособности эффективно справиться с текущей ситуацией. Стресс в процессе учебной деятельности приводит к снижению успеваемости, ограничению возможностей, отсутствию уверенности, проблемам соматизации, отрицательному самосознанию.

Стресс в контексте ИКТ – техностресс – подразумевает любое неблагоприятное воздействие на человеческое сознание, взгляды и

размышления из-за внедрения технологических инноваций. Техностресс может вызвать множественные неблагоприятные последствия, например, разочарование, беспокойство, проблемы с концентрацией внимания, тревогу. Кроме того, неспособность продемонстрировать свои навыки в этой сфере может спровоцировать стойкое сопротивление новым технологиям. Можно выделить пять основных технострессоров (факторов стресса):

- перегрузка. Она возникает, когда работа с цифровыми технологиями требует высоких темпов, частых переключений внимания (многозадачности), длительных ожиданий отклика в цифровой коммуникации. В гибридных учебных средах частая практика поддержания связи с преподавателем посредством использования различных устройств (таких как ноутбуки, телефоны, электронная почта и обмен мгновенными сообщениями) теряет качество, потому что когнитивная обработка данных не имеет достаточного времени для эффективного усвоения полученной информации [2]:

- сложность. Задачи, связанные с новыми ИКТ, часто заставляют студентов чувствовать себя некомпетентными. Повышенная сложность, как устройств, так и программного обеспечения вызывает высокий уровень разочарования и снижает психологическое благополучие, поскольку общающимся приходится прилагать значительные когнитивные усилия, необходимые для понимания нюансов работы технологической системы, что приводит к разочарованию, снижению работоспособности и низкой производительности;

- неопределенность. Это чувство неуверенности и двусмысленности, вызванное стремительными процессами цифровой трансформации (постоянные обновления компьютерного оборудования и программного обеспечения). Неопределенность приводит к выводам о невозможности «успеть» за технологическим прогрессом;

- небезопасность. Это ситуация, в которой некоторые студенты чувствуют тревогу из-за возможности получить низкую оценку из-за отсутствия должной цифровой грамотности по сравнению с другими, более продвинутыми обучающимися;

- «атака», которая характеризуется как постоянная доступность ИКТ, без ограничений места и времени, что говорит об их способности буквально «атаковать» жизнь человека при выполнении различных (учебных и личных) задач.

Исследования, связанные с качеством жизни человека, можно разделить на две широкие категории: психологическое и субъективное благополучие. Психологическое благополучие (PWB) отражает благополучие с точки зрения самореализации, тогда как субъективное благополучие (SWB) отражает аффективную оценку жизни (например, гедонистическое благополучие и удовлетворенность жизнью). Позитивное/негативное влияние SWB и удовлетворенность жизнью не только интуитивно понимаются как показатели благополучия, но и легко поддаются измерению. Несмотря на то, что SWB легко понять и использовать, оно рассматривает только аффективную сторону благополучия и фокусируется на весьма глобальных оценках (например, удовлетворенности жизнью). С другой стороны, PWB основана на человеческом развитии.

В любой ситуации стресса человек использует подходящее ему поведение, позволяющее справиться обстоятельствами – копинг-стратегию. Способность адаптироваться к технострессам зависит от индивидуальных активов (в частности, опыта использования технологий), а также от переменных окружающей среды.

Копинг, основанный на аффектах, говорит о попытках людей контролировать свои внутриэмоциональные столкновения – это инструмент смягчения проблем путем ограничения, уменьшения и подавления стрессора. Так, копинг, ориентированный на проблему, включает в себя борьбу со стрессором путем динамичного поиска решения проблемы, и наоборот, возможен выбор стратегии дистанционного преодоления стресса – это попытка адаптации, направленная на то, чтобы избегать источника стресса (уход и отвержение) [3].

Таким образом, у расширения использования и распространения ИКТ имеется серьезная отрицательная сторона – техностресс. Вузы могут смягчить его влияние, выбирая удобные для пользователя, знакомые образовательные технологии, а также проводя специальные тренинги для тех, у кого меньше опыта в сфере ИКТ (для студентов, не являющихся «цифровыми аборигенами»). Студентам, испытывающим более высокий уровень техностресса, может быть назначен наставник из группы сверстников (или преподавателей), чтобы повысить уверенность в использовании технологий.

Учитывая широкий спектр психологических состояний, которые могут быть связаны с использованием технологий, одним из приоритетных направлений будущих исследований должно стать углубление понимания

взаимосвязи между использованием технологий и психологическим благополучием молодого поколения. Всем участникам образовательного процесса необходимо поразмышлять о своем собственном опыте техностресса и поделиться соображениями о том, как можно минимизировать его последствия.

Список литературы

1. Королев А.А. Информационный стресс в учебном процессе: проблема личностного реагирования, риски невротизации // Психология и психотехника. 2021. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnyy-stress-v-uchebnom-protssesse-problema-lichnostnogo-reagirovaniya-riski-nevrotizatsii> (дата обращения: 20.11.2023)
2. Коновалова В. Г. Цифровые технологии как фактор техностресса: проблемы и возможности их решения // УПИРР. 2022. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-tehnologii-kak-faktor-tehnostressa-problemy-i-vozmozhnosti-ih-resheniya> (дата обращения: 20.11.2023)
3. Murray SA, Shuler HD, Davis JS, Spencer EC, Hinton AO Jr. Managing technostress in the STEM world. Trends Biotechnol. 2022 Aug;40(8):903-906. doi: 10.1016/j.tibtech.2022.05.001. Epub 2022 May 26. PMID: 35644774; PMCID: PMC9358528

**СЕКЦИЯ
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
НАУКИ**

АНАЛИЗ ЗАДАЧ РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Ашуров Некхбат Сайидумарович

студент

Жужома Юлия Николаевна

старший преподаватель

Санкт-Петербургский государственный университет

промышленных технологий и дизайна

Аннотация: В данной статье раскрываются основные задачи разработки маркетинговой стратегии при бизнес-проектировании деятельности торгового предприятия. В результате исследования определены основные способы достижения эффективного совершенствования или разработки маркетинговой стратегии торгового предприятия с учетом применения современных цифровых технологий и такого инструмента как воронки продаж. Сделано предположение, что применение данных технологий позволит существенно изменить всю работу торгового предприятия с клиентами за счет повышения конверсии.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, торговое предприятие, воронка продаж, повышение конверсии.

ANALYSIS OF THE TASKS OF DEVELOPING A MARKETING STRATEGY OF A TRADING COMPANY

Ashurov Nekhbat Sayidumarovich

Zhuzhoma Iuliia Nikolaevna

Abstract: This article reveals the main tasks of developing a marketing strategy in the business design of a trading enterprise. As a result of the research, the main ways to achieve effective improvement or development of a marketing strategy of a trading enterprise are identified, taking into account the use of modern digital technologies and such a tool as sales funnels. It is assumed that the use of these technologies will significantly change the entire work of a trading company with customers by increasing conversion.

Key words: marketing strategy, trading company, sales funnel, conversion increase.

«Практика показывает, что успешному положению предприятия на рынке способствует эффективно сформированная система управления продажами» [1, с. 161]. Грамотное выстраивание которой является залогом успеха бизнеса во всех отраслях и сферах экономики. Самым распространенным для начала предпринимательской карьеры в бизнесе считается открытие своего собственного магазина, многие с этой целью выбирают основным видом экономической деятельности в соответствии с ОКВЭД торговлю строительными материалами и всем необходимым для ремонта жилых помещений, включая сантехническое оборудование. Данный вывод подтверждается данными Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства [2, с. 28], что в свою очередь подтверждает актуальность выбранной темы, ведь большинство из них не обладают достаточным пониманием значимости разработки маркетинговой стратегии для своего бизнеса.

В процессе проектирования бизнеса торгового предприятия важными задачами являются анализ и прогнозирование рынка строительных материалов, которые должны быть основаны на исторических данных, текущих тенденциях и мнении экспертов, а также разработка маркетинговой стратегии, которая позволит увеличить компании прибыль и ответить на запросы рынка за счет определения ценовой политики. В рамках этой стратегии предусмотрено использование методов ценовой эластичности спроса, ценовой конкуренции, мониторинга конъюнктуры рынка. В условиях отсутствия прежнего доступа к импортным товарам

Разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой стратегии включает следующие основные задачи:

- повышение эффективности отдела продаж;
- увеличение потока клиентов с оптимизацией рекламного бюджета;
- построение системы продаж, направленной на удовлетворение запросов клиентов;
- корректировка ключевых показателей для прозрачности и контроля деятельности компании;
- отладка бизнес-процессов.

Цели рекомендаций:

- повышение удовлетворенности клиентов;
- рост прибыли;

- увеличение потока клиентов;
- достижение целевых показателей;
- оптимизация бизнес-процессов компании.

Для построения эффективной системы продаж требуется:

- повышение эффективности процесса поиска и привлечения клиентов;
- анализ и оптимизация каналов поиска для уменьшения стоимости поиска клиента;
- разработка регламентов и алгоритмов для работы отдела продаж;
- построение воронки продаж;

План мероприятий:

- 1) анализ бизнес-процессов;
- 2) сегментация клиентской базы, определение приоритетных направлений;
- 3) оптимизация воронки продаж;
- 4) разработка эффективной маркетинговой политики;
- 5) внедрение системы последовательного взаимодействия с клиентами.

С целью достижения описанных задач в рамках внешнего маркетинга предполагаются:

- анализ конкурентов;
- разработка рекламных предложений;
- определение запросов клиента;
- внедрение цифрового маркетинга;

Для оптимизации внутренних маркетинговых процессов:

- формирование актуальной линейки товаров и услуг;
- разработка сценариев для работы с клиентами;
- повышение квалификации персонала;
- построение клиентоориентированного сервиса;
- внедрение CRM-системы.

Определение способов достижения поставленных целей формирует маркетинговую стратегию, что невозможно без учета внешней и внутренней среды, знания доступных ресурсов и возможностей. Комплекс действий в сфере маркетинга напрямую влияет не только на прибыль, но и на устойчивость и релевантность компании. Четкое представление о состоянии конкурентов, потребностях и ожиданиях клиентов, позволяет оптимизировать процессы

взаимодействия с клиентом. Это необходимо для выявления эффективных каналов коммуникаций и для успешного позиционирования на рынке.

Определение сегмента рынка дает возможность адаптироваться под целевую аудиторию, скорректировать номенклатуру товаров и спрогнозировать объем продаж. Что в свою очередь, позволит выбрать подходящие маркетинговые каналы.

Для определения целевой аудитории предлагается использовать формулу ценности сделки. Ценность сделки равна произведению свободных денежных средств покупателя и суммы показателей качества идентификации и коммуникации. Под качеством идентификации понимается соответствие предложения компании потребностям клиента в идентификации его социальной принадлежности. Под качеством коммуникации подразумевается соответствие предложения ценностям и социально-культурным нормам клиента.

Одним из основных способов получения информации о продажах необходимой для дальнейшей корректировки планов является внутренняя отчетность, поэтому необходимо регламентировать этот процесс. Для этого могут быть использованы различные электронные системы учета и таблицы, главным условием будет являться регулярность и полнота отчетов. В отчетности должно быть отражено:

- соотношение темпов роста компании и отрасли;
- анализ каналов продаж с целью выявления оптимальных для компании;
- оценка маркетинговых бюджетов;
- анализ выбранного компанией ценового сегмента для определения прямых конкурентов.

За счет этой информации можно сделать вывод о стабильности компании или необходимости оперативных изменений. Также в отчетности необходимо отражать актуальные данные о состоянии конкурентов.

В процессе продаж необходимо определить слабые места, возможности проработки предложений для клиентов, формализовать подход к взаимодействию с клиентами на всех стадиях продаж. По мнению Колосовой В.В., базовым инструментом контроля над продажами и способом выявления признаков и мест неэффективной работы менеджеров с клиентами является воронка продаж [3, с. 49]. Классическая воронка продаж: поиск

клиентов – выстраивание отношений – фильтр – презентация – преодоление возражений – сделка.

Используя воронку продаж, проанализировали процессы работы с клиентами на конкретном предприятии, торгующем строительными материалами в Санкт-Петербурге, выявили восемь основных этапов функциональных блоков в работе менеджеров. Статистика показала достаточно низкую конверсию: из 100 клиентов, лишь 50 клиентов – ознакомлены с презентационными материалами, из них только 37 клиентов получают коммерческое предложение, а доходят до оформления лишь 10 клиентов из 100, дошедших до оплаты и получения товара 8 и 7 клиентов соответственно, осуществивших повторный заказ и получивших статус «постоянных покупателей» 3 и 1 клиента (рис. 1).

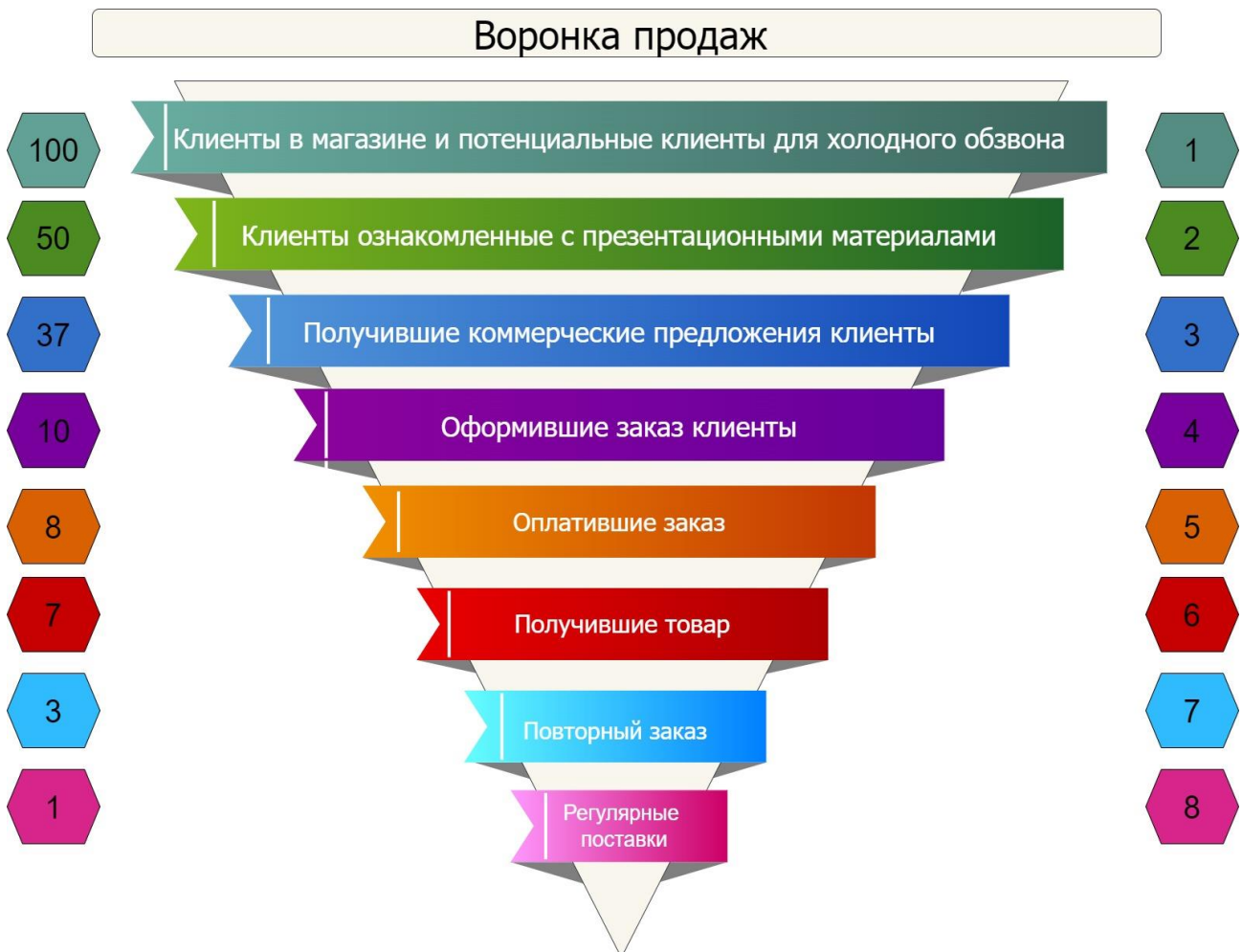


Рис. 1. Воронка продаж магазина строительных материалов

По мнению авторов, построенная воронка продаж типична и универсальна для исследуемой сферы деятельности торговых предприятий, она отражает необходимость установления контроля за показателями деятельности менеджеров по работе с клиентами и принятия решений на основе выявленных изменений в результативности на каждом из этапов подготовки клиентов. Важно отметить, что применение данного инструмента позволяет учитывать не только качественные, но и количественные показатели, хоть их деление на данные категории носит условный характер [4, с. 25].

Поскольку большинство торговых предприятий, занимающихся реализацией строительных материалов и сантехнического оборудования, зачастую являются индивидуальными предпринимателями или малыми предприятиями, которые в своей практике не имеют утвержденной маркетинговой стратегии, не используют цифровых каналов продаж, маркетинговые бюджеты выделяются в лучшем случае на наружную рекламу, необходимо предлагать следующие действия, направленные на совершенствование системы управления продажами:

- 1) определить позицию компании на рынке, выбрать эконом сегмент как приоритетное направление развития компании;
 - 2) функционально перестроить структуру отдела продаж для разделения задач между сотрудниками;
 - 3) внедрить CRM-систему;
 - 4) использовать таргетированную и контекстную рекламу в поисковых системах с целью увеличения потока клиентов;
 - 5) использовать воронку продаж;
 - 6) диверсифицировать цифровые каналы продаж с целью оптимизации.
- Выделить бюджет на SMM-продвижение и представленность на торговых площадках.

Установив контроль за динамикой показателей при помощи воронки продаж и автоматизации процесса продаж, считаем возможным сделать предположение о запуске механизма оптимизации бизнес-процессов, который отразится на разработке маркетинговой стратегии, повысив прибыльность всего бизнеса, вследствие чего все поставленные основные задачи будут решены, цели достигнуты. Компания не только продолжит работать в отсутствие привычных европейских товаров, но и сможет правильно воспользоваться ситуацией на рынке сантехники и строительных материалов.

Список литературы

1. Евтодиева Т.Е., Моргина Е.С. Управление продажами: маркетинговый и логистический аспекты // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». 2020. Т. 14. №1. С. 161-167.
2. Жужома К.И., Ашуров Н.С. Анализ факторов, влияющих на принятие управленческих решений в процессе бизнес-проектирования в сфере торговли строительными материалами и сантехническим оборудованием // Совмещение теории и практики: синтез академической экспертизы и инноваций: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, 15 сентября 2023 г., Москва: Профессиональная наука, 2023. – с. 26-35.
3. Колосова В.В. Механизм построения эффективной маркетинговой стратегии на основе применения цифровой воронки продаж // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2019. №1. С. 43-51.
4. Зинченко А.С., Колосова В.В. Исследования маркетинговых инструментов принятия управленческих решений в области планирования и развития бизнеса // Вестник университета. 2019. № 2. С. 24-27.

© Ю.Н. Жужома, Н.С. Ашуров, 2023

DOI 10.46916/22112023-978-5-00215-156-1

ESG В ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ: ПРИМЕРЫ, МЕТОДЫ И ТРЕНДЫ

Бороздина Наталья Максимовна

Аннотация: В данной статье освещается влияние ведущих российских телекоммуникационных компаний на принципы ESG. Проанализированы стратегии устойчивого развития, акцентируя внимание на конкретных мерах по снижению околосредового воздействия, социальной ответственности и использованию инновационных методов управления. Особое внимание уделяется текущим трендам в развитии ESG в телекоммуникационной отрасли, выявляя ключевые факторы, формирующие будущее устойчивого бизнеса в России.

Ключевые слова: телекоммуникационная отрасль, социальная инклюзия, стратегии устойчивого развития, искусственный интеллект, корпоративная ответственность, экологическая эффективность, тренды в развитии ESG.

ESG IN THE TELECOMMUNICATIONS INDUSTRY: EXAMPLES, METHODS AND TRENDS

Borozdina Natalia Maksimovna

Abstract: This article sheds light on the influence of leading Russian telecommunications companies on ESG principles. Sustainable development strategies have been analyzed, emphasizing specific measures to reduce environmental impact, social responsibility, and the adoption of innovative management methods. Special attention is given to current trends in ESG development in the telecommunications industry, identifying key factors shaping the future of sustainable business in Russia.

Key words: telecommunications industry, social inclusion, sustainable development strategies, artificial intelligence, corporate responsibility, sustainability innovations, ESG development trends.

В последние десятилетия концепция ESG (Environmental, Social, Governance) стала неотъемлемой частью стратегий и практик в корпоративном мире, и телекоммуникационная отрасль в России не осталась в стороне.

Нефинансовая отчетность становится неотъемлемой частью компаний и за последние 10 лет количество публикуемых нефинансовых отчетностей и упоминаний ESG значительно возросло [1, с. 177]. В данной статье мы рассмотрим, как российские телекоммуникационные компании интегрируют принципы ESG, приведем примеры их вклада, обсудим методы отчетности и выявим текущие тренды в развитии ESG в данной отрасли.

В эпоху стремительного технологического развития и повышенного внимания к устойчивому бизнесу, российские телекоммуникационные компании становятся важными игроками в реализации принципов ESG. Их решения и стратегии оказывают влияние не только на технологический прогресс, но и на экологическую и социальную сферы. Давайте рассмотрим, какие вклады в ESG вносят ключевые представители этой отрасли в России, выступая во главе устойчивого развития и ответственного бизнеса.

1. ПАО «Ростелеком» продолжает свой активный вклад в области ESG, сосредотачиваясь на многогранных аспектах устойчивости. В области окружающей среды, компания активно внедряет инновационные технологии для снижения энергопотребления своей инфраструктуры, что не только снижает экологический след, но и способствует экономии ресурсов. С уклоном в социальную инклюзию, Ростелеком продолжает расширять свое присутствие в отдаленных регионах, обеспечивая доступ к цифровым услугам и поддерживая проекты, способствующие социальной разнообразности и образованию [2].

2. ПАО «МегаФон» утверждает свою репутацию как компания, активно вкладывающаяся в ESG-инициативы. В сфере окружающей среды, она предпринимает конкретные шаги по уменьшению своего экологического воздействия через инвестиции в технологии с низким энергопотреблением. В социальной сфере, МегаФон стимулирует осведомленность о вопросах энергосбережения и поддерживает социальные программы, уделяя внимание образованию и развитию местных общин [3].

3. ПАО «МТС» продолжает выстраивать стратегии социальной ответственности и устойчивого развития. Ключевые направления включают поддержку образования, где компания активно вкладывает в программы и инициативы, способствующие развитию образовательных возможностей. В сфере управления, МТС уделяет особое внимание высоким стандартам прозрачности и этичности, формируя подход к корпоративному управлению, соответствующий лучшим мировым практикам в рамках ESG [4].

В целях учета и демонстрации своего воздействия на окружающую среду, социальные аспекты и корпоративное управление, телекоммуникационные компании активно используют различные методы отчетности ESG. Вот несколько ключевых методов, широко применяемых в данной отрасли:

GRI (Global Reporting Initiative)

Как стандарт, широко применяемый в различных отраслях, GRI предоставляет телекоммуникационным компаниям каркас для систематической отчетности по экологическим, социальным и управленческим аспектам. С использованием GRI, компании могут стандартизировать свою отчетность, делая ее более доступной и понятной для заинтересованных сторон.

SASB (Sustainability Accounting Standards Board)

SASB предоставляет специфические стандарты отчетности для отраслей, учитывая их уникальные характеристики. В телекоммуникационной отрасли это может включать в себя фокус на вопросах коннективности, кибербезопасности и других аспектах, важных для бизнеса.

CDP (Carbon Disclosure Project)

Телекоммуникационные компании, стремясь к снижению своего углеродного следа, могут использовать CDP для отчетности об эффективности своих инициатив по сокращению выбросов углекислого газа и об использовании возобновляемых источников энергии.

TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures)

С фокусом на финансовых аспектах, связанных с климатическими рисками, TCFD помогает телекоммуникационным компаниям понять и продемонстрировать финансовые выгоды устойчивости и климатических инвестиций.

UN SDGs (United Nations Sustainable Development Goals)

Цели устойчивого развития ООН предоставляют телекоммуникационным компаниям рамку для выделения и демонстрации своего вклада в глобальные вызовы, такие как доступ к информации, инновации и социальная ответственность.

Использование этих методов отчетности не только помогает телекоммуникационным компаниям добиваться улучшений в ESG-сфере, но и способствует повышению доверия со стороны инвесторов, клиентов и общества в целом. Эти методы также играют ключевую роль в формировании стратегии компаний, позволяя им эффективно реагировать на изменяющиеся ожидания и требования заинтересованных сторон.

Технологические инновации в сочетании с социальной ответственностью и эффективным корпоративным управлением формируют облик отрасли. Давайте рассмотрим основные тренды ESG, которые в настоящее время определяют развитие телекоммуникаций и их влияние на бизнес-стратегии компаний.

Тренды развития ESG в телекоммуникационной отрасли:

1. 5G и устойчивость

Энергоэффективность и снижение влияния на окружающую среду: Внедрение технологии 5G предоставляет телекоммуникационным компаниям возможности для существенного снижения энергопотребления. Высокая эффективность передачи данных и оптимизированный спектр использования позволяют сократить воздействие на окружающую среду.

Исследование новых энергосберегающих технологий: Компании активно исследуют методы использования 5G для поддержки устойчивости. Это включает в себя разработку новых технологий, направленных на оптимизацию энергопотребления базовых станций, умных городов и других инфраструктурных элементов.

2. Цифровая инклюзия

Расширение доступа в отдаленных регионах: Компании в телекоммуникационной отрасли активно разрабатывают и внедряют проекты, направленные на расширение доступа к интернету в отдаленных и малоразвитых регионах. Это важный аспект социальной ответственности, который способствует социальной инклюзии и развитию экономики в этих областях.

Обучение и повышение осведомленности: Компании также фокусируются на обучении местных сообществ использованию цифровых технологий. Это включает в себя инициативы по повышению цифровой грамотности и обеспечению доступа к образовательным ресурсам через интернет.

3. Сотрудничество и стандарты

Международное сотрудничество: Телекоммуникационные компании активно взаимодействуют с международными организациями, такими как International Telecommunication Union (ITU) и Global System for Mobile Communications (GSMA), чтобы разработать общие стандарты в области ESG. Это сотрудничество способствует формированию единых норм и практик в отрасли.

Поддержка инициатив и стандартов: Компании активно поддерживают различные ESG-инициативы и стандарты, такие как Principles for Responsible Investment (PRI) и Sustainable Development Goals (SDGs). Это помогает им выстроить консистентный подход к устойчивости и социальной ответственности.

ESG становится ключевым фактором конкурентоспособности в телекоммуникационной отрасли, и российские компании активно адаптируются к этим трендам. Их ангажированность в области устойчивости и социальной ответственности не только отражается в их стратегиях, но и способствует развитию отрасли в целом, поддерживая инновации и обеспечивая доступность услуг в различных регионах страны.

В современной телекоммуникационной отрасли тренд на использование Искусственного Интеллекта (ИИ) и анализа больших данных играет ключевую роль в достижении устойчивости и снижении воздействия на окружающую среду. Этот тренд охватывает различные аспекты от операций до разработки продуктов, создавая более эффективные и устойчивые практики. Давайте рассмотрим, какие изменения происходят, в связи с этим трендом.

1. Энергопотребление и эффективность

Оптимизация работы сетей: применение ИИ для анализа больших данных о нагрузке на сети позволяет операторам более точно предсказывать пиковые нагрузки и оптимизировать энергопотребление, например, выключая неиспользуемое оборудование в периоды низкой активности.

Смарт-здания и смарт-города: интеграция аналитики больших данных и ИИ в системы управления зданиями и городами способствует созданию смарт-структур, реагирующих на реальные потребности и снижающих потребление энергии через автоматизацию. Это включает в себя управление освещением, отоплением, вентиляцией и другими системами для оптимизации энергопотребления.

2. Снижение воздействия на окружающую среду

Экологические рейтинги: использование алгоритмов ИИ для анализа данных об экологическом воздействии помогает компаниям создавать точные экологические рейтинги, что позволяет им и инвесторам оценивать степень их устойчивости и принимать соответствующие меры.

Мониторинг использования ресурсов: ИИ в системах мониторинга обеспечивает непрерывное отслеживание и эффективное использование

ресурсов, уменьшая избыточное потребление воды, электроэнергии и других ресурсов, что является важным аспектом стратегий устойчивого развития.

3. Управление инфраструктурой

Предотвращение сбоев и оптимизация: анализ больших данных и ИИ используются для предотвращения сбоев в сетях и обеспечения их бесперебойной работы. Это не только повышает эффективность, но и уменьшает необходимость в резервировании, что в конечном итоге снижает потребление ресурсов.

Адаптивное управление трафиком: с использованием данных о трафике и поведении пользователей ИИ оптимизирует распределение нагрузки, что позволяет снизить энергозатраты и улучшить качество обслуживания.

Эти технологические тенденции в телекоммуникационной отрасли подчеркивают важность инноваций для достижения целей устойчивости. Использование ИИ и анализа больших данных помогает компаниям эффективно управлять ресурсами, снижать воздействие на окружающую среду и внедрять более устойчивые практики в своей деятельности.

ESG в телекоммуникационной отрасли продолжает развиваться, отражая стремление компаний к устойчивости, ответственности и инновациям. Российские телекоммуникационные компании играют важную роль в этом процессе, внедряя новые технологии, поддерживая социальные программы и обеспечивая прозрачность в своей отчетности. Они тем самым создают общественную ценность и укрепляют свои позиции в долгосрочной перспективе.

Список литературы

1. Генералова Н. В., Соколова Н.А., Соколова А.А. Бухгалтерская отчетность и ее анализ / Бухгалтерский учет в XXI веке: монография / под ред. Ю. Н. Гузова. В. В. Ковалева, О. Л. Маргания.— СПб.: Скифия-принт, 2021.— 250 с.

2. Отчет об устойчивом развитии ПАО «Ростелеком». [Электронный ресурс]. – Режим для доступа: https://www.company.rt.ru/ir/results_and_presentations/esg_information/ (дата обращения: 11.11.2023).

3. Годовой отчет ПАО «МегаФон» за 2022 год. [Электронный ресурс]. – Режим для доступа: https://corp.megafon.ru/ai/document/12407/file/megafon_year_report_2022.pdf (дата обращения: 09.11.2023).

4. ESG-повестка в ПАО «МТС» [Электронный ресурс]. – Режим для доступа: <https://ar2022.mts.ru/esg-i-ustojchivoe-razvitie/esg-povestka-v-mts/> (дата обращения: 09.11.2023).

**СЕКЦИЯ
ТЕХНИЧЕСКИЕ
НАУКИ**

РАЗНОВИДНОСТИ ХЕНДОВЕРА В СОТОВЫХ СЕТЯХ СВЯЗИ

Сапрыкин Дмитрий Владимирович

аспирант

ФГАОУ ВО «Российский университет транспорта»

Аннотация: Статья посвящена развитию мобильной связи. Кратко изложены типы хендверов (передачи обслуживания) для существующих поколений мобильной связи.

Ключевые слова: мобильная связь, хендвер, качество связи, передача абонента.

HANDOVER VARIETIES IN CELLULAR COMMUNICATION NETWORKS

Saprykin Dmitrii Vladimirovich

Abstract: The article is devoted to the development of mobile communications. The types of handovers (handover) for existing generations of mobile communications are briefly described.

Key words: mobile communication, handover, communication quality, subscriber transmission.

Сотовые сети связи предоставляют абонентам высокую мобильность перемещения между базовыми станциями (БС), с возможностью незаметной передачи соединения от одной БС к другой. Процедура миграции обслуживания мобильного терминала (АТ) получила название хендвер.

В табл. 1 приведены некоторые стандарты (получившие наибольшее распространение) для каждого поколения связи [1], виды хендвера которых будут классифицированы далее.

Хендвер является одной из отличительных особенностей мобильной сети связи. В то же время он является одной из наиболее сложных процедур в мобильной связи, конфигурируемой многочисленными параметрами на каждой базовой станции (БС), и в настройках элементов подсистемы коммутации.

Таблица 1

1G	2G	3G	4G	5G	6G
Аналоговая связь	Цифровая связь				
AMPS	GSM	UMTS	LTE-A	5G-NR	Ожидается скоро
NMT					
TACS					
и др.					

Идея создания сотовых систем основана на разбиении обслуживаемой территории на небольшие зоны, так называемые соты, в каждой из которых размещена, как правило, одна базовая станция. Такой принцип организации связи позволяет увеличить число абонентов и повысить качество связи за счет повторного использования одних и тех же частот в различных сотах.

В сетях первого поколения использовалась аналоговая передача. Количество стандартов данного поколения достаточно много и все они были несовместимы между собой. В связи с этим беспроводная передача абонента в них отсутствовала.

С ростом числа подвижных абонентов, аналоговые системы, базирующиеся на большом числе несовместимых друг с другом стандартов, не отвечали требованиям, и переход от действующих аналоговых сетей к цифровым технологиям был неизбежным.

Одним из ярких представителей второго поколения мобильной связи является стандарт GSM. В данном стандарте применяются следующие виды хендовера [2]:

- по уровню внутрисистемных помех (как по восходящему, так и по нисходящему каналах);
- по качеству связи (как по восходящему, так и по нисходящему каналах);
- по уровню сигнала в "Uplink" или "Downlink";
- по расстоянию между абонентским терминалом и обслуживающей базовой станцией;
- по скорости падения уровня полезного сигнала (при "быстром падении уровня сигнала");
- по разнице уровней расчетного затуханий сигнала на трассе распространения с учетом фактических мощностей излучения БС и абонентского терминала (АТ).

В сетях 2G хендовер может быть только жёстким (Hard Handover) [3], включающим перечисленные ранее типы. Когда заданный параметр сигнала на мобильном терминале становится слишком слабым, а качество стремительно ухудшается для него подготавливаются ресурсы на соседней БС, от которой сигнал лучше. После непродолжительного обмена информацией АТ переключается на новую станцию и на этом весь процесс окончен.

В сетях 3G (UMTS) решили усовершенствовать процесс, предложив мягкий хендовер (Soft Handover) на случай, если сигнал будет резко ухудшаться и АТ не успеет перейти на новую БС с целью, чтобы соединение не оборвалось.

АТ может подключаться во время разговора не к одной, а сразу к нескольким соседним сотовым вышкам одновременно: к двум или даже трём. При этом голосовой поток (звонок) многократно дублируется. Если соединение с одной из станций будет потеряно, то останется связь с другими и абонент ничего не заметит.

Случай, когда одна БС получает два разделенных пользовательских сигнала посредством многолучевого распространения, получил название «более мягкий» хендовер (Softer Handover).

В сетях третьего поколения определены следующие виды хендовера [3]:

- Хендовер между различными технологиями мобильной связи (т.е. между UMTS and другими 3G системами, либо хендовер с UMTS на GSM);
- FDD (Frequency-Division Duplexing) soft/softer хендовер;
- FDD межчастотный жесткий хендовер;
- FDD/TDD (Time-Division Duplexing) или TDD/FDD хендовер;
- TDD/TDD хендовер.

В стандарте UMTS имеются различные измерения воздушного интерфейса:

- Внутрочастотные измерения (intra-frequency measurements): измерения физических каналов нисходящей линии связи на той же частоте, что и активный набор. Объект измерения соответствует одной ячейке.

- Межчастотные измерения (inter-frequency measurements): измерения физических каналов нисходящей линии связи на частотах, отличающихся от частоты активного набора. Объект измерения соответствует одной ячейке.

- Измерения между RAT (inter-RAT measurements): измерения на физических каналах нисходящей линии связи, принадлежащих другой

технологии радиодоступа. GSM. Объект измерения соответствует одной ячейке.

- Измерения объема трафика (traffic volume measurements): измерения объема трафика восходящего канала. Объект измерения соответствует одной ячейке.
- Измерения качества (quality measurements): измерения параметров качества нисходящей линии связи, т.е. частота ошибок транспортного блока нисходящей линии связи.
- Внутренние измерения пользовательского терминала (UE - internal measurements): измерения мощности передачи АТ и уровня принимаемого сигнала АТ.
- Измерения местоположения АТ (UE - positioning measurements): измерения местоположения пользовательского терминала UE.

Дальнейшие развития технологий мобильной связи легли в основу 4-го поколения.

Среди хендверов между LTE-сотами различают хендверы внутри одной несущей частоты и между разными несущими. Пошагово процедура рассматривается в статье [4]. Классификация в общем виде приведена на рис. 1.

Виды хендверов в сетях LTE [5, 6]:

- Передача внутри LTE (Intra-LTE Handover): в этом случае исходная и целевая соты являются частью одной и той же сети LTE.
- Передача между различными сетями (Inter-LTE Handover): передача обслуживания происходит в направлении других узлов.

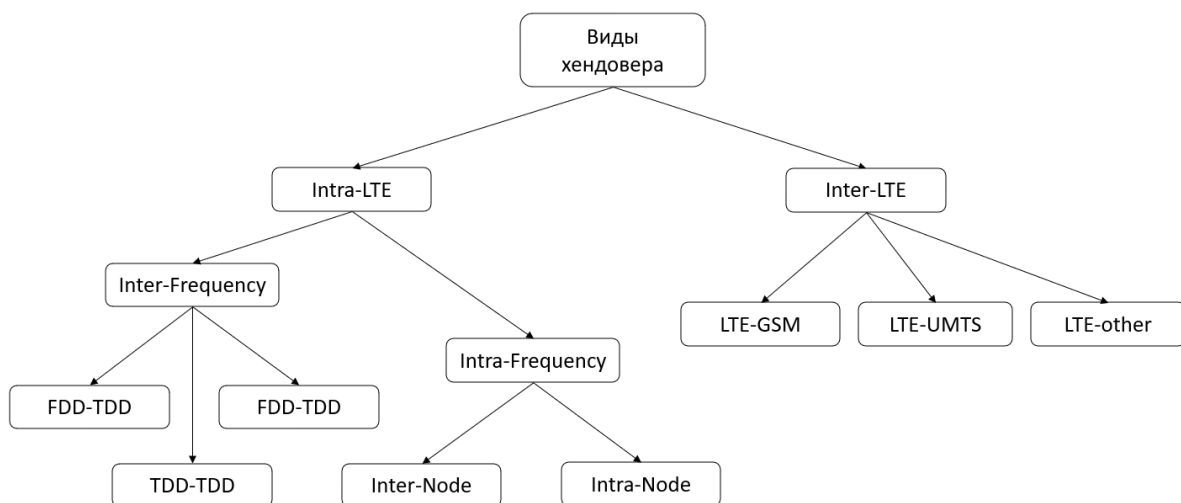


Рис. 1. Виды хендвера в сетях LTE

Стоит отметить, что в LTE есть только Hard Handover по причине большой ресурсоемкости организовывать несколько соединений к разным сотам.

В виду различных факторов имеет место эффективность хендвера оценивать при помощи вероятности. Как правило, оцениваются три основных критерия осуществления передачи: вероятность успешной подготовки к хендоверу, вероятность успешного выполнения хендвера и продолжительность самой процедуры.

Основные процедуры передачи одинаковы во всех сетях, т.е. абонентский терминал передает отчет о радиоизмерениях соседних сот и уровня сигнала в исходной соте, решение о начале процедуры передачи в лучшую целевую соту принимает обслуживающая базовая станция [7].

Ключевые параметры и показатели передачи обслуживания, характерные для сетей пятого поколения, были определены 3GPP и 3GPP2.

Сети последующего поколения основываются на уже существующих наработках, и как следствие классификация 5G-NR аналогична четвертому поколению.

Стоит отметить, что в сетях пятого поколения есть возможность подключения АТ одновременно к нескольким БС, при различных технологиях радиодоступа. Данная возможность позволяет осуществлять балансировку нагрузки, действовать на упреждение для предотвращения обрыва связи [8].

Во всех сетях хендовер выступает как одним из основных элементов беспроводной связи для АТ с целью обеспечения соответствующего качества связи. Процесс определения наилучшего источника сигнала достаточно ресурсоемок для системы. В дальнейшем имеет место определение перехода абонента с точки зрения вероятности успешного выполнения хендвера в зависимости от показателей радиоканала для определения надежности временного коммутатора (ВК) [9].

Список литературы

1. Сапрыкин Д.В. Поколения мобильной связи. Сборник статей Международной научно-практической конференции: «Современные исследования в контексте глобальной трансформации» – Петрозаводск: МЦНП «НОВАЯ НАУКА», 2023. – 190 с.: ил. – Коллектив авторов. УДК 001.12 ББК 70

2. Маслов С.А. Анализ видов и процедур хендовера в сетях GSM. Журнал T-Comm - Телекоммуникации и Транспорт, вып. 3, 2008.
3. UMTS хендовер. [Электронный ресурс]: <https://umtsworld.com/technology/HANDOVER.HTM>
4. Дроздова В.Г., Завьялова Д.В. Анализ и оптимизация ключевых показателей эффективности хэндоверов в мобильных сетях LTE. Журнал Вестник кибернетики, вып. 4, 2017. УДК 621.395.7:004.728.3
5. Обзор передачи обслуживания в LTE. [Электронный ресурс]: <https://www.3glteinfo.com/lte-handover-overview/>
6. События передачи обслуживания в LTE. [Электронный ресурс]: <https://telecompedia.net/handover-events-in-lte/>
7. 5G(NR): передача обслуживания на основе NG. [Электронный ресурс]: <https://www.5gfundamental.com/2023/01/ng-based-handover.html>
8. The different types of handover procedures in 5G, and how do they ensure seamless connectivity. [Электронный ресурс]: <https://telcomaglobal.com/p/different-types-handover-procedures-5g-connectivity>
9. Кнышев И.П., Сапрыкин Д.В. Надежностная модель сотовой сети связи с учётом хендовера. Научно-технический журнал «Вестник связи». УДК: 621.396

ИННОВАЦИОННЫЕ СТРОИТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Фирсов Илья Валерьевич

Файзрахманов Тимур Ринасович

операторы научной роты (ВСИ МТО ВС РФ)

Сафонов Юрий Игоревич

старший оператор научной роты (ВСИ МТО ВС РФ)

Научно-исследовательский институт (военно-системных исследований МТО ВС РФ) Военной академии материально-технического обеспечения имени генерала армии А.В. Хрулёва

Аннотация: в статье представлены новые технологии в строительном производстве, новые материалы, применяемые при строительстве новых и при ремонте существующих зданий и сооружений.

Ключевые слова: строительство, экологическое строительство, бетон, кирпич, новые технологии в строительстве.

INNOVATIVE CONSTRUCTION TECHNOLOGIES

Firsov Ilya Valerievich

Faizrakhmanov Timur Rinasovich

Safonov Yuri Igorevich

Abstract: the article presents new technologies in the construction industry, new materials used in the construction of new and in the repair of existing buildings and structures.

Key words: construction, ecological construction, concrete, brick, new technologies in construction.

Все сферы жизни постоянно совершенствуются или обновляются, и строительство не исключение. Данная сфера жизни человека постоянно модернизируется, становясь лучше, экономичнее и надежнее.

Люди часто стали задумываться об окружающем нас мире и пытаться защитить его любыми имеющимися способами, так появилось «зеленое строительство», данный способ подразумевает использование вторсырья при

производстве новых зданий и сооружений, применение материалов, которые легко воспроизвести, не уничтожая местную флору и фауну. Новые строительные материалы имеют другую структуру, которая уменьшает вредные выбросы в атмосферу, такие как пыль и другие вещества, влияющие на организм человека.

Новые технологии в строительстве

Строительство вне строительной площадки

Суть строительства по такой технологии заключается в том, что производство объекта по времени максимально сокращается, т.к. будут применяться контейнерные или блочные структуры элементов. Данные конструкции спокойно производятся на больших заводах по созданию железобетонных конструкций, учитывая доставку и монтаж, готовый объект собирается за 6-7 месяцев, в то время как традиционному строительству не хватит этого времени для заливки фундамента. Эта технология увеличивает срок эксплуатации здания и добавляет возможность разобрать объект, перевести на другое место и собрать его снова без нарушения целостности элементов [1].

Возведение вертикальных конструкций по технологии TwistBlock Moulds

Технология производства подразумевает создание объемных блоков без использования цементного раствора, а также не требуется их производить дорогим оборудованием. Эта технология впечатляет развивающиеся страны, т.к. с помощью нее можно улучшить условия жизни людей и создать новые рабочие места. Это инновационное решение получило высшую награду на международном конкурсе выдающихся достижений German Innovation Award 2021 в категории «Строительство и элементы» за свою оригинальность и эффективность [1].

Преимущества применения технологии TwistBlock Moulds:

- 1) Удешевление строительства. Данная технология экономит объемы строительных материалов и уменьшает сроки возведения зданий и сооружений.
- 2) Высокая скорость строительных работ. Технология TwistBlock Moulds (рис.1) увеличивает строительство в 10 раз, после кладки стен их не оштукатуривают, потому что она имеет свою оригинальную фактуру, которая не требует отделки стен.
- 3) Возможность быстрой модернизации. При необходимости можно быстро разобрать или перестроить конструкции.



Рис. 1. Блоки из технологии TwistBlock Moulds

Использование робототехники при возведении зданий и сооружений

Применение роботов позволит уменьшить себестоимость строительства, при этом они заменят людей на сложных технических участках, а также при подъеме тяжелых грузов на высоту и в процессе монолитного строительства [1].

Примерами успешного внедрения новых технологий являются следующие пункты:

1) Применение экзоскелетов при подъеме тяжестей. Данная технология снижает нагрузку на опорно-двигательный аппарат человека, облегчая подъем грузов с большой массой.

2) Применение роботов для монтажа кирпичной кладки. В странах запада применяют манипуляторы, которые способны по пространственной информационной модели, в которой имеются данные о кладке, произвести монтаж конструктивных элементов здания.

3) Применение роботов при облицовочных и монолитных работах (рис. 2). Они спокойно укладывают сетку, утеплители и штукатурят стены по заданным алгоритмам, что позволяет экономить при отделке фасадов здания или при заливке бетоном конструкции.

4) Применение роботов при подъеме тяжелых строительных элементов. Они позволяют не использовать человеческий опорно-двигательный аппарат при монтаже или переносе конструктивных элементов.

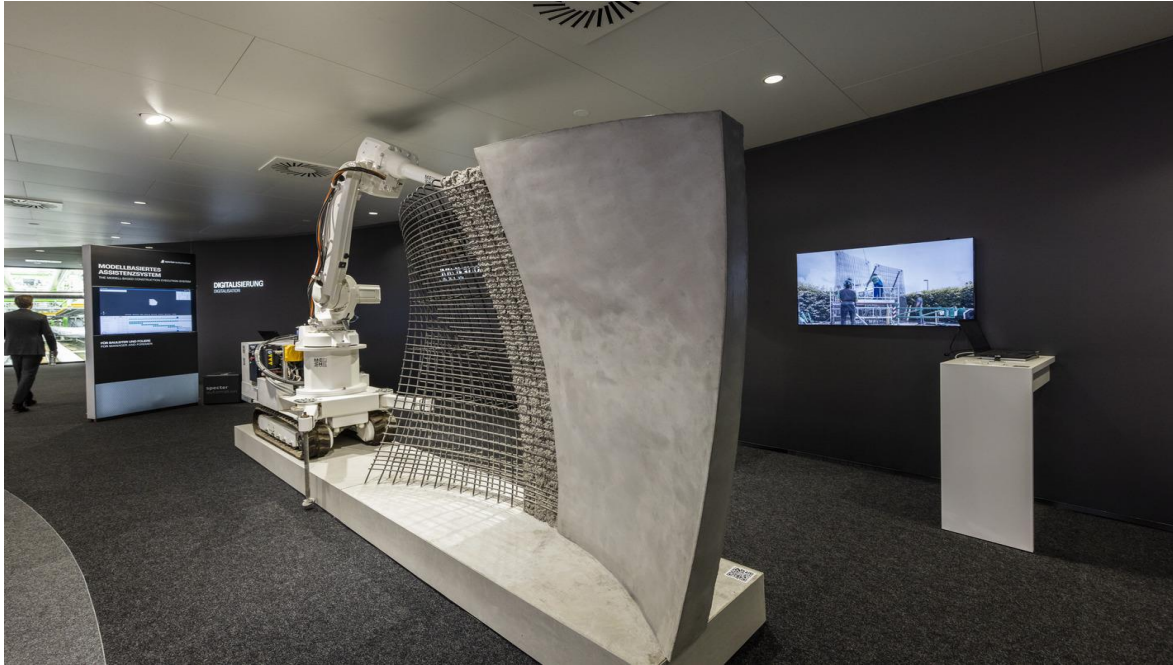


Рис. 2. Применение роботов при монолитных работах [1]

Создание железобетонных конструкций по технологии Mesh Mould

Технология Mesh Mould была разработана в Швейцарии, ее применение способствует созданию сложных железобетонных конструкций, которые при традиционном строительстве трудно произвести. Данный метод позволяет с помощью роботов создавать сложные трехмерные сетчатые каркасы, после вступают в дело бетонщики, что позволяет бетонировать конструкцию без использования опалубки, что значительно экономит время и деньги [1].

Очевидные плюсы применения данной технологии можно выделить в следующих пунктах:

1) Экономия бетонной смеси. При производстве железобетонных конструкций по данной технологии уменьшается применение бетона на 60%, если сравнивать со стандартными технологиями по отливке железобетонных конструкций.

2) Экономическая целесообразность. Применение данной технологии экономит средства на производство опалубки, большая часть компаний до сих пор использует одноразовую опалубку, после чего от нее просто избавляются, что дает дополнительные затраты.

3) Высокое качество монолитных работ. При необходимости застройщик может спокойно уменьшить или увеличить толщину стен, что не позволяет сделать традиционное строительство.

Впервые технология Mesh Mould, получившая награду на Swiss Technology Award 2016, была испытана при строительстве трехуровневого жилого здания DFAB HOUSE в Цюрихе. Успешная реализация данного проекта способствовала запуску процесса адаптации нововведения для промышленного применения.

Современные строительные материалы

Современные строительные материалы приобретают все больше перспектив для их внедрения как в гражданское, так и в промышленное строительство. Ветераны строительной отрасли говорят о том, что в скором времени будут происходить очередные изменения в сфере строительных материалов, они станут прочнее, легче, энергоэффективнее. Из-за этого многие компании мира готовят новые наработки и показывают их на рынке строительных материалов [3].

Наиболее эффективные разработки, которые показали себя с наилучшей стороны:

1) Строительные материалы на основе графена. Материал обладает огнестойкостью, стойкостью к ультрафиолетовому излучению и обладает гидрофобными характеристиками. Строительные материалы, производимые по данной технологии, уже активно применяются архитекторами.

2) Строительные материалы на основе древесины. Модульные решения, созданные на основе натуральной древесины и специально предназначенные для строительной отрасли выступают в качестве альтернативы более дорогому массиву древесины, так как обладают улучшенными свойствами – долговечностью, прочностью, стабильностью и сейсмостойкостью.

3) Токопроводящий бетон. Этот новый вид бетона обладает уникальной способностью поглощать и отражать электромагнитные волны разного происхождения. Сначала разработчики планировали использовать его для взлетно-посадочных полос, но его применение возможно и в других сферах гражданского строительства, не исключая и возведение жилых зданий [3].

В мире предлагают использовать экоматериалы для строительства, т.к. они не портят экологию и часть из них взаимозаменяема [3].

Бамбук. В качестве строительного материала имеет множество преимуществ, такие как:

- Легкость, его вес меньше стали и древесины, что облегчает его транспортировку и подъем на высоты в рамках строительной площадки.
- Высокая прочность на сжатие, бамбук способен выдерживать большие нагрузки, не ломаясь и не разрушаясь. Данный материал уже нашел свое применение при строительстве в древние времена в Китае и Японии.
- Возобновляемость. Быстрый рост бамбука, за 3-5 лет вырастают новые растения, в отличие от древесины, которая растет десятки лет.

Бетон. Огромное количество ученых все время пытаются усовершенствовать данный строительный материал. Канадская компания CarbonCure Technologies придумала как применить выбросы углекислого газа с заводов для создания газобетонов. При создании газобетонных блоков применяется газификатор, которым выступает соединение алюминиевой пудры и мыла, в этом случае начинается реакция с выделением углекислого газа, который и дает пористую структуру блокам, при их соединении с гидравлическим вяжущим [3].

Самовосстанавливающийся бетон. Как известно – бетон хрупкий элемент, обладающий высоким показателем на сжатие, но не на растяжение, в производстве его применяют в композите с арматурой, т.к. он работает с ней лучше всего. Ученые применили ракушечный материал (перламутр) для создания эластичности, т.к. данное вещество придает ракушкам эластичность. Применив его в составе бетона, получили качества, похожие на ракушки, он приобрел эластичность, уменьшился в весе, что, несомненно, необходимо применять в районах с повышенной сейсмической активностью [3].

Гнущийся бетон. Данную разработку ведут ученые из Университета Суинберн. Технология основывается на добавлении в состав летучую золу, которая является отходом промышленного производства. Благодаря этому полимеру в составе бетона образуется связь, которая придает прочность на изгибание в 400 раз больше бетона без добавок. При этом производстве экология не испытывает негативного воздействия [3].

Кирпич. Одной из известных новинок на сегодняшний день выступают 3Д-напечатанные кирпичи компании Cool Brick (рис.3), которые обладают собственной системой охлаждения. Благодаря пористой структуре материала воздушный поток проходит сквозь поры, которые пропитаны влагой и она, испаряясь, выделяет влагу, которая охлаждает помещение. Для того, чтобы в помещении стало прохладнее достаточно лишь с уличной стороны облить стену

водой. Такой материал применим для стран, находящихся в жарком климатическом поясе [3].



Рис. 3. Инновационный кирпич компании Cool Brick

3Д печать зданий и сооружений

После создания огромного 3D-принтера, который может печатать конструкции и даже здания с применением бетонной смеси люди стали все чаще задумываться о применении ее в массовом строительстве, так уже к 2024 году ожидается увеличение спроса на данную технологию. Однако пока технология проходит стадию тестирования, после которой будет создан отраслевой стандарт. При правильном использовании данной технологии можно ускорить процесс создания построек, сделать материалы более доступными и создавать новый архитектурный дизайн [2].

Преимущества применения технологии 3Д печати зданий и сооружений:

- 1) Скорость выполнения проектов.
- 2) Высокая точность (минимум ошибок) в процессе печати.
- 3) Разнообразие в дизайне возможных конструкций.
- 4) Высокая производительность.
- 5) Экономия при логистике.

Данная технология позволяет не ждать материалов в труднодоступных регионах, а напечатать блок, стену или плиту с помощью 3D-печати, только для его работы будет необходимо наличие запаса расходного материала, который в данном случае выступает цемент.

В ближайшем будущем развитие 3D-печати в сфере строительства будет активно развиваться для достижения значимых результатов. Для этого компании заинтересованные в этом типе строительства пытаются создать нормы, которые будут регулировать данный тип производства, а также стремятся найти подходящие кадры для работы с этими установками [2].

«Зеленое строительство» как тренд современного общества

Экологически чистое строительство сейчас находится на вершине спроса у населения нашей планеты. Так, например, крупные компании применяют солнечные батареи на вершинах своих зданий, чтобы экономить электроэнергию и снижать этим выбросы излишков тепловой энергии, которые получаются в результате работы ТЭЦ. Другим вариантом экологичности можно выделить идею повторного применения строительного мусора, т.е. при создании бетонов различных марок использовать его как крупный заполнитель.

Строительные компании активно прилагают усилия, чтобы к 2050 году достичь нулевого уровня выбросов в атмосферу. Вместо применения древесины предполагается использование бамбука, он быстро возрождается в природе, от 5 до 7 лет, чем дерево, которое растет десятилетиями. Также ведется разработка натурального кирпича из грибного мицелия, но пока что видимых результатов применения данной технологии нет. [1]

Таким образом, цифровизация строительства неизбежна – этого требует рынок и потребители, создание 3D-моделей зданий, 3D-печать объектов любых размеров, использование роботов при армировании и бетонировании конструкции. Все это уменьшает время на разработку и строительство зданий и сооружений, что активно влияет и на экономию материальных средств. С появлением новых экологически чистых материалов компании будут получать большую прибыль, т.к. некоторые процессы производства будут гораздо проще и чище, чем они сейчас являются. Надобность в новых строительных материалах будет всегда, потому что на сегодняшний день люди начали задумываться об экологии и влиянии на нее от своих действий.

Список литературы

1. Информационный блог о новых инновационных технологиях в строительстве [Электронный ресурс]. Режим доступа - свободный URL: <https://academy.peri.ru/blog/innovacii-v-stroitelnoj-otrasli-v-2023-godu#007>, дата обращения 23.10.2023 г.

2. Информационный портал PlanRadar статья «Построить дом за пару дней: топ-10 новых технологий строительства» [Электронный ресурс]. Режим доступа - свободный URL: <https://www.planradar.com/ru/novye-tehnologii-v-stroitelstve/>, дата обращения 06.11.2023 г.

3. Статья в информационном форуме о печати зданий на 3Д принтерах [Электронный ресурс]. Режим доступа - свободный URL: <https://www.forumhouse.ru/journal/articles/5983-goroda-budushego-napечatayut-na-3d-printere>, дата обращения 10.11.2023 г.

© И.В. Фирсов, Т.Р. Файзрахманов, Ю.И. Сафонов, 2023

**СЕКЦИЯ
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ
НАУКИ**

**КОНФЛИКТЫ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ И ИХ
РЕГУЛИРОВАНИЕ В ООО ПКП «ЯРЭНЕРГОСЕРВИС»**

Елтышева Вера Юрьевна

студент

ОЧУВО «Международный инновационный университет»

Аннотация: Актуальная проблема трудовых конфликтов в организациях рассматривается в данной статье. Представлена статистика, связанная с этими конфликтами, и выявлены основные причины их возникновения. Более того, в ходе исследования обнаружено, что разрешение или затягивание конфликта может послужить основой для возникновения новых конфликтных ситуаций. Важность организационной культуры в любой организации будет подчеркнута, и будут предложены эффективные меры по ее развитию. В конце представлены методы разрешения трудовых конфликтов. Необходимость устранения негативных последствий, вызванных конфликтом в коллективе, является основой для возникновения методов управления конфликтами в организации. Осведомленность персонала об организационной культуре является важным фактором, который способствует возникновению и разрешению конфликтов. Для эффективного управления конфликтами необходимо определить стратегии и методы их решения. Команда должна быть обучена специальным приемам и техникам, которые помогут им справиться с конфликтами и улучшить совместную работу.

Ключевые слова: конфликт, организация, организационная культура, способы устранения, возникновение, команда, персонал, методы, стратегии управления конфликтами.

**CONFLICTS IN THE FIELD OF MANAGEMENT AND THEIR
REGULATION IN LLC PKP «YAR-ENERGOSERVIS»**

Eltysheva Vera Yurievna

Abstract: The current problem of labor conflicts in organizations is discussed in this article. Statistics related to these conflicts are presented and the main reasons for their occurrence are discussed. Moreover, the study found that resolving or

prolonging a conflict can serve as the basis for the emergence of new conflict situations. The importance of organizational culture in any organization will be emphasized and effective measures will be proposed for its development. At the end, methods for resolving labor conflicts will be presented. The need to eliminate the negative consequences caused by conflict in a team is the basis for the emergence of conflict management methods in an organization. Staff awareness of organizational culture is an important factor that contributes to the emergence and resolution of conflicts. To effectively manage conflicts, it is necessary to identify strategies and methods for resolving them. The team should be trained in special techniques and techniques that will help them deal with conflicts and improve teamwork.

Key words: conflict, organization, organizational culture, methods of elimination, occurrence, team, personnel, methods, strategies for conflict management.

В основе конфликта лежат социально-психологические факторы, которые возникают во взаимоотношениях между людьми. Взаимодействие в организации определяется не только трудовой деятельностью, но и другими аспектами. Конфликты проявляются в различных сферах общественной жизни, включая социальные институты, общественные организации и межличностные отношения. Они играют важную роль в жизни индивида, семьи, группы, страны, общества и в целом влияют на личность [3, с. 176].

Активное участие руководства в контроле конфликтов является неотъемлемой частью поддержания положительного социально-психологического климата в организации. Качественная работа сотрудников, в свою очередь, выполняет важную роль в развитии и увеличении прибыли современных организаций, где персонал является одним из ключевых ресурсов [4, с. 110].

Конфликт в управлении подразумевает несогласие между двумя или более сторонами, которые могут быть индивидуальными личностями или группами людей. Для эффективного управления конфликтами, необходимо иметь хорошее понимание типов и причин конфликтов, их развития и разрешения, а также осознавать возможные последствия. Глубокие знания по управлению конфликтами требуются от руководителей. В бизнес-среде конфликты особенно ярко проявляются [1, с. 1755].

В случае конфликта интересов возникает ситуация, когда сотрудник ООО ПКП «ЯрЭнергоСервис» может быть подвержен влиянию личных

интересов или интересов третьих лиц, что может негативно сказаться на исполнении своих обязанностей перед компанией. Такие интересы могут привести к экономическому ущербу и угрозе деловой репутации ООО ПКП «ЯрЭнергоСервис» [2, с. 19].

В ООО ПКП «ЯрЭнергоСервис» были назначены ответственные лица для предотвращения, выявления и урегулирования конфликта интересов. Для организации и проведения проверяющих мероприятий, связанных с подтверждением или опровержением сведений, указанных в декларации о конфликте интересов, были созданы рабочие группы. Однако полностью использовать меры по урегулированию конфликтов в организации не удастся, что вызывает недовольство сотрудников. Следовательно, необходимо усовершенствовать управление конфликтами в организации.

Управление конфликтами имеет ряд положительных аспектов. Во-первых, оно характеризуется легкостью управления, благодаря четкому разделению ответственности и определению направлений работы. Во-вторых, применение мер предотвращения и урегулирования типовых конфликтов, которые фиксированы в специальном перечне, способствует эффективности процесса управления конфликтами. Кроме того, эффективная система стимулов и наказаний играет важную роль в предупреждении конфликтов.

Однако, есть и некоторые недостатки в данном процессе управления. Во-первых, постоянный дефицит кадров создает проблемы, так как сотрудники вынуждены перерабатывать плановые показатели. Во-вторых, отсутствие мер по нормализации психологического состояния сотрудников приводит к негативным последствиям. Наконец, недостаточное внимание со стороны руководства управлению конфликтами может быть причиной возникновения проблем.

В ходе проведенного исследования в компании ООО ПКП «ЯрЭнергоСервис» были выявлены различные факторы, способствующие возникновению конфликтов. Среди них можно выделить следующие особенности:

- недостаточная оценка своих способностей и умений, которая может быть как завышенной, так и заниженной;
- ограниченное мышление, старомодные идеи и убеждения;
- стремление быть принципиальным и прямолинейным в высказываниях и суждениях, всегда говорить правду;
- отсутствие четкого объяснения заказчику причин невыполнения обязательств.

На основе полученных результатов были сформулированы рекомендации по улучшению социально-психологического климата в компании ООО ПКП «ЯрЭнергоСервис».

Важно, чтобы руководитель ставил перед персоналом четкие задачи и определял понятный для всех размер вознаграждения за их выполнение, чтобы избежать конфликтов, скрытого недовольства и претензий в коллективе. Открытая и прозрачная система вознаграждений необходима в первую очередь.

Для улучшения социально-психологического климата в коллективе и правильного распределения ролей и статусов рекомендуется обучение персонала по данной теме.

Организация совместных мероприятий, таких как корпоративы, совместное празднование дней рождений сотрудников и занятия спортом, может помочь сблизить руководителя с сотрудниками и лучше понять друг друга.

Грамотный подбор персонала для рабочего коллектива является немаловажным моментом в работе по улучшению микроклимата в компании. Это предполагает, что принятые меры, такие как разрешение конфликтов в коллективе, сокращение времени простоя и повышение слаженности и организованности, в конечном итоге приведут к повышению производительности труда и снижению текучести кадров.

Список литературы

1. Коновалова В.Г., Евдокимова Н.В. Профилактика стрессов и конфликтов в организации // Молодой ученый. 2023. № 5 (452). С. 174-179.
2. Куприянова Е.А., Лымарева О.А. Современные стили управления конфликтами в организации // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. № 4-2 (98). С. 19-22.
3. Надточий Ю.Б. Востребованные компетенции выпускников как индикатор качества образования // Человек и образование. 2021. № 3 (68). С. 175-181.
4. Силина О.В. Управление конфликтами в современной организации // Modern Science. 2022. № 4-2. С. 109-112.

**СЕКЦИЯ
МЕДИЦИНСКИЕ
НАУКИ**

**МАРКЕТИНГ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ
В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ**

Дибраева Салихат Айдыновна

Иминова Наида Кадиевна

студенты

Газиева Эсмеральда Магомедовна

ассистент кафедры общественного здоровья и здравоохранения

Научный руководитель: **Агаларова Луиза Саидахмедовна**

д.м.н., доцент, заведующая кафедрой

общественного здоровья и здравоохранения

ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный

медицинский университет»

Аннотация: С появлением передовых технологий, изменением демографических тенденций и растущими ожиданиями пациентов, осознание важности медицинского маркетинга становится неотъемлемой составляющей успешной деятельности медицинских организаций. Актуальные маркетинговые стратегии, активно используемые клиниками и другими учреждениями здравоохранения, разнообразны, однако имеют общие тенденции: пациентоориентированность и цифровизация. Очень важен анализ актуальных стратегий в маркетинге здравоохранения для информирования пациентов, оптимизации всех процессов, а также для процветания как отдельного субъекта, так и всей системы здравоохранения особенно с учетом интенсивности конкуренции, которая характеризует отрасль.

Ключевые слова: маркетинг, здравоохранение, стратегии развития, маркетинговые коммуникации, бренд, WOM-коммуникации, SEO.

MARKETING OF HEALTH CARE IN MODERN REALITIES

Dibraeva Salihat Aydynovna

Iminova Naida Kadievna

Gazieva Esmeralda Magomedovna

Scientific adviser: **Agalarova Luiza Saidakhmedovna**

Abstract: with the advent of advanced technologies, changing demographic trends and growing expectations of patients, awareness of the importance of medical marketing is becoming an integral part of the successful activities of medical organizations. Current marketing strategies actively used by clinics and other healthcare institutions are diverse, but they have common trends: patient orientation and digitalization. It is very important to analyze current strategies in healthcare marketing in order to inform patients, optimize all processes, as well as for the prosperity of both an individual entity and the entire healthcare system, especially given the intensity of competition that characterizes the industry.

Key words: marketing, healthcare, development strategies, marketing communications, brand, WOM communications, SEO.

Сегодня здравоохранение представляет собой одну из наиболее значимых и стремительно развивающихся отраслей в современном обществе. С появлением передовых технологий, изменением демографических тенденций и растущими ожиданиями пациентов, осознание важности медицинского маркетинга становится неотъемлемой составляющей успешной деятельности медицинских организаций. Эта современная дисциплина сочетает в себе принципы маркетинга, социальных наук и здравоохранения, предоставляя инструменты и методы для более эффективного управления ресурсами, улучшения обслуживания пациентов, расширения доступа к медицинским услугам и повышения общественного здоровья. Кроме того, задачи и функции медицинского маркетинга отвечают ценностно-ориентированному подходу, который активно внедряется в систему здравоохранения в последние годы [1].

Медицинский маркетинг, как отрасль науки, находится в стадии становления и потому представляет особый интерес для исследования. Подтверждением тому является тот факт, что всеобъемлющее и полное определение понятию «медицинский маркетинг» было дано лишь в 2022 г. Futrell G.D., проведя обзор ведущих учебников, изданных для курсов маркетинга в здравоохранении, сформулировал определение данной науки, как деятельности, совокупности институтов и процессов по созданию, передаче, доставке и обмену любых товаров, услуг или идей, осуществляемых с целью восстановления, поддержания или повышения благосостояния человека или населения [2].

База маркетинга – различные стратегии. Маркетинговая стратегия – это метод, который соединяет желания организации и результаты реализации

маркетинговых программ, которые будут запущены или применены к потребителям [3]. Медицинские организации должны лучше использовать маркетинговые инструменты для информирования пациентов и облегчения принятия решений в области здравоохранения [4], а также для процветания как отдельного субъекта, так и всей системы здравоохранения особенно с учетом интенсивности конкуренции, которая характеризует отрасль [5].

Одной из самых популярных маркетинговых стратегий в медицине является прямой маркетинг, который подразумевает прямое взаимодействие бренда или поставщика услуг с потенциальным клиентом. Определяется прямой маркетинг как «процесс управления, который включает оценку желаний и потребностей клиентов, а также выполнение всех действий, связанных с разработкой, ценообразованием, предоставлением и продвижением продукта, который удовлетворяет эти желания и потребности» [6]. К прямому маркетингу относятся: телефонные звонки, sms-рассылки, рассылки на электронную почту, персональные скидки и т.п. Раньше прямой маркетинг ассоциировался с телемаркетингом, либо почтовой рассылкой, что делало эту стратегию нежелательной в связи с общественным порицанием. Однако цифровизация и распространение интернета «возродили» прямой маркетинг в форме рассылок информационных бюллетеней в социальных сетях, обращений по электронной почте и т.д. Таким образом, прямой маркетинг – полезный способ взаимодействия с целевой аудиторией с целью выработки у них лояльности, и, как следствие, получения доли рынка [7].

Актуальной остается WOM-стратегия (World-of-mouth-коммуникации), также называемая «сарафанное радио». WOM-коммуникации рассматриваются как групповой феномен – обмен комментариями, мыслями и идеями между двумя и более людьми, физических лиц, в которой ни одно из физических лиц не представляет собой источник маркетинга [8]. Эффективность данной стратегии исследователи связывают с личными рекомендациями, межличностными отношениями, неформальным общением и личным и межличностным влиянием [9].

Примечательным является многолетний опыт компании Willis-Knighton Health System, которые в поисках определения путей продвижения, вышли за рамки отрасли здравоохранения, взяв на себя роль «аутсайдера» в поисках новых достижений, дающих обширные конкурентные преимущества. Яркими примерами таких занятий являются:

- Новаторская реклама медицинских услуг
- *Моделирование опыта пациентов после опыта гостей отеля*
- *Идти менее проторенным путем, чтобы поддержать целевые маркетинговые усилия*
- *Расширение границ традиционной мысли о брендинге*
- *Стать владельцем-оператором цифровых рекламных щитов*
- *Поощрение персонала смотреть на себя с точки зрения пациентов [10].*

В реалиях XXI века, когда интернет-ресурсы выступают на передний план в качестве источника информации, оптимальной стратегией маркетинга в здравоохранении становится интернет-реклама и SEO-оптимизация. SEO – это комплекс работ, направленных на продвижение сайта в поисковых системах. SEO-стратегия – это документ, в котором компания закрепляет свои SEO-цели и способы их достижения [11]. Так, например, была выстроена стратегия Сети поликлиник «Целитель» г. Махачкала. Кроме SEO-стратегии, агентство ООО АКР Бульвар внедрили рекламу на различных интернет-платформах: Facebook (на данный момент запрещен в РФ), Google-ads и т.д. Комплекс данных решений позволил в 2 раза увеличить запись на процедуры, сохранив расходы на рекламу [12].

Для подбора оптимального комплекса инструментов маркетинга необходимо учитывать главный слоган современной сферы оказания медицинских услуг – пациентоориентированность.

Международные исследования показали, как характеристики пациентов меняются с течением времени. Внедрение ИКТ в секторе здравоохранения породило так называемое «Здоровье 2.0», обеспечивающее расширение прав и возможностей пациентов и их образование [13,14]. Имея представление о том, какой аспект в большей степени обеспечивает удовлетворенность, станет легче разработать конкретную политику, соответствующую требованиям к качеству здравоохранения «пациента 2.0» [15].

Ведущую роль в определении успеха компании занимает система ее организации. Модель, которая объединяет активы по предоставлению услуг в сеть, состоящую из опорного учреждения (концентратора), предлагающего полный набор услуг, дополняемого вторичными учреждениями (спицами), которые предлагают более ограниченный набор услуг. Направляя пациентов, нуждающихся в более интенсивных услугах, в центр для лечения, сети типа «ступиды и спицы» предоставляют поставщикам медицинских услуг

множество преимуществ. Хорошо спроектированная сеть «ступицы и спицы» полностью удовлетворяет потребности в уходе за пациентами, но делает это таким образом, чтобы способствовать сохранению ресурсов, возврату инвестиций, высокому качеству обслуживания и расширению охвата рынка [16].

Принимая во внимание важность управления брендом и извлечения связанной с ним ценности, организации здравоохранения должны старательно направлять внимание на инициативы по брендингу. Повышенную ценность можно получить, обратившись к нетрадиционным элементам бренда, которые предоставляют уникальные возможности дифференцировать данные заведения от их конкурентов [17].

Эффективное продвижение личного бренда помогает медицинским работникам достичь большей видимости в индустрии здравоохранения, привлечь новых пациентов и укрепить партнерские отношения с другими медицинскими учреждениями. Например, Агентство Медицинского маркетинга Анастасии Гришковой усилили и сделали более продающим аккаунт в социальных сетях главврача клиники нейрохирургии, используя стратегии SMM. А именно: разработка контент-плана, оформление шапки профиля, оформление контента в едином дизайнерском стиле, добавление ключевых слов и ссылок на сайт и мессенджеры клиники. В результате наблюдался постоянный прирост подписчиков и стабильный приток пациентов [18].

Помимо компонентов комплекса маркетинговых коммуникаций, основополагающие элементы — люди, места и вещи, которые общаются от имени медицинских учреждений, — также предоставляют больше возможностей, чем когда-либо, произвести положительное и неизгладимое впечатление. Передовые программы обучения, стильная униформа и т.п. могут значительно улучшить действия и внешний вид медицинского персонала; современные варианты внешних и внутренних вывесок, особенно цифровые варианты, способны привлечь внимание, как никогда раньше; а современный дизайн ландшафта услуг и сопутствующие удобства способны произвести большое впечатление и вдохновить целевую аудиторию [6, 19, 20-23].

Имеет место также продвижение через следующую модель взаимоотношений: договор частного порядка между практикующими врачами и медицинской организацией о направлении пациентов в структуры последнего для сдачи анализов и проведения диагностических процедур.

Растущие коммуникационные возможности, хотя и полезны, также усиливают обязательства по обеспечению того, чтобы маркетинговые коммуникации, используемые конкретными медицинскими учреждениями, были должным образом интегрированы для представления целостной картины целевым аудиториям. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМС) — формальный термин в дисциплине маркетинга. Оно определяется как «координация всех усилий организации по маркетинговым коммуникациям с целью обеспечения последовательного представления рекламных сообщений целевым аудиториям» [6]. Обычно это реализуется посредством использования определенного набора вербальных и визуальных проявлений (например, логотипов, слоганов, цветовых схем, тем), что побуждает аудиторию рассматривать каждое сообщение как часть комплексной работы, ясно и связно представляющей заведение. Интеграция эффективно создает синергию между всеми рекламными элементами, используемыми организацией, усиливая потенциал воздействия коммуникативных усилий [6, 19, 24–26].

Таким образом, маркетинг здравоохранения в современном мире является бурно развивающейся отраслью со своими особенностями. Маркетинговые стратегии, активно используемые клиниками и другими учреждениями здравоохранения, разнообразны, однако имеют общие тенденции: пациентоориентированность и цифровизация. Любая успешная стратегия подразумевает, в сущности, обращение к интересам и потребностям потенциального клиента в доступном и всеобщепользуемом мультимедийном формате.

Список литературы

1. Зуенкова Ю.А., Кича Д.И. Роль медицинского маркетинга в реализации проектов ценностно-ориентированного здравоохранения. Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. 2022;30(6):1318—1323. DOI: <http://dx.doi.org/10.32687/0869-866X-2022-30-6-1318-1323>
2. Futrell, Gary D. (2022). Defining health care marketing: A review of scholarly and other textual sources. *Journal of Applied Marketing Theory*, 9(1), 76-88. ISSN: 2151-3236.
3. Varadarajan, R., 2010. Strategic marketing and marketing strategy: domain, definition, fundamental issues and foundational premises. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38(2), pp.119-140. <https://doi.org/10.1007/s11747-009-0176-7>

4. Kay, M.J., 2007. Healthcare marketing: what is salient?. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 1(3), pp.247-263. <https://doi.org/10.1108/17506120710818256>
5. Яковлева Л. А. Маркетинг в сфере здравоохранения // Социально-экономические явления и процессы. 2011. №3-4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-v-sfere-zdravoohraneniya>
6. John L., Fortenberry Jr. *Health Care Marketing: Tools and Techniques: Tools and Techniques*. - 3 изд. - Burlington: Jones & Bartlett Learning, 2010. – 312 с.
7. Плутницкий А. Н., Каримов Б. Н., Сидоренков Ф. В., Аверченко Р. Р. Электронные технологии современного маркетинга в здравоохранении и медицине (обзор зарубежной литературы). *Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины*. 2022;30(1):129—133. DOI: <http://dx.doi.org/10.32687/0869-866X-2022-30-1-129-133>
8. Bone P.F. Determinants of WOM communication during product consumption / P.F. Bone // *Advances in Consumer Research*. – 1992. – № 19. – P. 579-583.
9. УДК 338.139 Gheorghe Iuliana-Raluca, PhD student of Marketing Faculty at Academy of Economic Studies (Bucharest, Romania) WORD-OF-MOUTH COMMUNICATION: A THEORETICAL REVIEW
10. Elrod JK, Fortenberry JL Jr. Catalyzing marketing innovation and competitive advantage in the healthcare industry: the value of thinking like an outsider. *BMC Health Serv Res*. 2018 Dec 14;18(Suppl 3):922. doi: 10.1186/s12913-018-3682-9. PMID: 30545368; PMCID: PMC6293865.
11. Как разработать SEO-стратегию: продвигаем сайт в топ поиска // vc.ru URL: <https://vc.ru/seo/470758-kak-razrabotat-seo-strategiyu-prodvigaem-sayt-v-top-poiska> (дата обращения: 18.11.2023)
12. Продвижение сети клиник Целитель05 // blvd.ru URL: <https://blvd.ru/keysce105> (дата обращения: 18.11.2023).
13. Yamout SZ, Glick ZA, Lind DS, Monson RA, Glick PL. Using social media to enhance surgeon and patient education and communication. *Bull Am Coll Surg*. 2011 Jul;96(7):7-15. PMID: 22315896.
14. Andersen Kim N, Medaglia R, Zinner HH. Social media in public health care: impact domain propositions. *Gov Inf Q*. 2012;29:462–469. doi: 10.1016/j.giq.2012.07.004.

15. Buccoliero L, Bellio E, Mazzola M, Solinas E. A marketing perspective to "delight" the "patient 2.0": new and challenging expectations for the healthcare provider. *BMC Health Serv Res.* 2016 Feb 9;16:47. doi: 10.1186/s12913-016-1285-x. PMID: 26860466; PMCID: PMC4748458.

16. Elrod JK, Fortenberry JL Jr. The hub-and-spoke organization design: an avenue for serving patients well. *BMC Health Serv Res.* 2017 Jul 11;17(Suppl 1):457. doi: 10.1186/s12913-017-2341-x. PMID: 28722550; PMCID: PMC5516840.

17. Elrod JK, Fortenberry JL Jr. Driving brand equity in health services organizations: the need for an expanded view of branding. *BMC Health Serv Res.* 2018 Dec 14;18(Suppl 3):924. doi: 10.1186/s12913-018-3679-4. PMID: 30545362; PMCID: PMC6293487.

18. Кейс продвижения личного бренда врача в соцсетях: + 1–2 платных пациента каждый месяц // med-agency.com URL: <https://med-agency.com/keys/prodvizhenie-lichnogo-brenda-vracha-v-sotsstyah> (дата обращения: 18.11.2023).

19. John L., Fortenberry Jr. *Cases in Health Care Marketing.* - 1 изд. - Burlington: Jones & Bartlett Learning, 2011. - 239 с.

20. Elrod JK. *Breadcrumbs to cheesecake.* R&R Publishers; 2013.

21. Elrod JK, Fortenberry JL., Jr Driving brand equity in health services organizations: the need for an expanded view of branding. *BMC Health Serv Res.* 2018;18 (Suppl 3):924. doi: 10.1186/s12913-018-3679-4.

22. Fortenberry JL, Jr, McGoldrick PJ. Internal marketing: a pathway for healthcare facilities to improve the patient experience. *Int J Healthc Manag.* 2016;9(1):28–33. doi: 10.1179/2047971915Y.0000000014.

23. Elrod JK, Fortenberry JL., Jr Am I seeing things through the eyes of patients? An exercise in bolstering patient attentiveness and empathy. *BMC Health Serv Res.* 2018;18(Suppl 3):929. doi: 10.1186/s12913-018-3681-x.

24. Laurie S, Mortimer K. How to achieve true integration: the impact of integrated marketing communication on the client/agency relationship. *J Mark Manag.* 2019;35(3/4):231–252. doi: 10.1080/0267257X.2019.1576755.

25. Keller KL. Unlocking the power of integrated marketing communications: how integrated is your IMC program? *Advert.* 2016;45(3):286–301. doi: 10.1080/00913367.2016.1204967.

26. Luxton S, Reid M, Mavondo F. Integrated marketing communication capability and brand performance *J Advert.* 2015;44(1):37–46. doi: 10.1080/00913367.2014.934938.

**СЕКЦИЯ
ВЕТЕРИНАРНЫЕ
НАУКИ**

УДК 619.636.2(571.54)

ГИПОТРОФИИ ТЕЛЯТ ЧЁРНО-ПЁСТРОЙ ПОРОДЫ

Трофимушкина И.Т.

Филимонова Н.С.

студенты 4 курса ФВМ

Научный руководитель: **Мантатова Н.В.**

д.в.н., профессор

Бурятская государственная сельскохозяйственная
академия имени В.Р. Филиппова

Аннотация: Одной из значимых проблем в животноводстве остается получение жизнеспособного и выращивание здорового молодняка сельскохозяйственных животных. На получение жизнеспособного приплода большое значение оказывают условия кормления, содержания и иммунного статуса матери в период ее стельности, а после рождения условия содержания и кормления новорожденного теленка. В работе изучены клинические признаки гипотрофии телят: отставание в росте и развитии, состоянием апатии, гипотонус скелетной мускулатуры, истощение. При исследовании морфологического состава крови установлено снижение уровня гемоглобина, каротина и щелочного резерва, в окрашенных мазках крови выявлен лимфоцитоз, нейтрофилия со сдвигом ядра "вправо".

Ключевые слова: гипотрофия, истощение, клиническая картина, кровь, гемоглобин, каротин.

HYROTROPHY OF BLACK-MOTTLE CALVES

Trofimushkina I.T.

Filimonova N.S.

Abstract: One of the significant problems in livestock farming remains obtaining viable and raising healthy young farm animals. The conditions of feeding, housing and immune status of the mother during her pregnancy, and after birth, the conditions of housing and feeding the newborn calf are of great importance for obtaining a viable offspring. The work studied the clinical signs of malnutrition in

calves: retarded growth and development, state of apathy, hypotonicity of skeletal muscles, exhaustion. A study of the morphological composition of the blood revealed a decrease in the level of hemoglobin, carotene and alkaline reserve; stained blood smears revealed lymphocytosis, neutrophilia with a nuclear shift to the right.

Key words: malnutrition, exhaustion, clinical picture, blood, hemoglobin, carotene.

Введение

Гипотрофии молодняка сельскохозяйственных животных – острая проблема современного животноводства [6], это заболевание, которое характеризуется недостаточностью и пониженной иммунобиологической реактивностью новорожденных, которые чаще других подвержены расстройствам желудочно-кишечного тракта и патологии органов дыхания, имеют отставание в росте и развитии, характеризуются низкой живой массой и пониженной устойчивостью организма к неблагоприятным факторам внешней среды [9].

Гипотрофия новорождённых и молодняка – заболевание, связанное с нарушением роста и развития животных во внутриутробном периоде [10], по этиологии – это состояние, полиэтиологичное [3], то есть может быть вызвано большим количеством причин, но основная причина – неполноценное кормление [7]. Смертность при тяжелой степени гипотрофии достигает до 30% [4].

Различают антенатальную (внутриутробную) гипотрофию, возникающую из-за ненормальных условий для внутриутробного роста и развития, и постнатальную гипотрофию, появляющуюся после рождения, вследствие нарушений условий кормления, содержания телят, их переболевания и других причин [1, 8].

Сущность гипотрофии заключается в голодании организма животного, в преобладании расхода питательных веществ над их поступлением и невозможности компенсировать пищей затраты всего организма [2].

Материалы и методы исследования. Цель работы – провести диагностику при гипотрофии телят.

Задачи исследований:

- определить этиологию при развитии гипотрофии телят;
- определить клиническую картину при гипотрофии телят;
- дать анализ лабораторного исследования крови при гипотрофии телят.

Работа была выполнена в период 2023 года в крестьянско-фермерском хозяйстве Заиграевского района республики Бурятия и в условиях стационара кафедры терапии, клинической диагностики, акушерства и биотехнологий ФГБОУ ВО «Бурятской государственной сельскохозяйственной академии им. В.Р. Филиппова», а также в «Бурятской республиканской научно-производственной ветеринарной лаборатории» города Улан-Удэ. В ходе работы были исследованы телята породы чёрно-пёстрая, в возрасте от 3-6 месяцев со средней живой массой 80-100 кг, разнополые.

Условия содержания животных: стационарное, с осуществлением ежедневного моциона с 8:30 утра до 17:00 вечера. Рацион кормления животных: сено разнотравное, дроблёнка (измельченное зерно - смесь злаков для кормления: кукуруза, овёс, ячмень), вода вволю, витаминно-минеральные комплексы.

Кровь для исследований брали в утренние часы до кормления. Для приготовления мазков крови ее получали из краевой ушной вены наружной поверхности, для определения гематологических показателей кровь получали из ярёмной вены в две пробирки, в одной из которых отсутствовал антикоагулянт, что позволило получить сыворотку крови путём отстаивания и обводки, а вторая пробирка содержала антикоагулянт цитрат натрия, что позволило получить стабилизированную кровь для исследований.

Биохимические исследования крови проводились опытным путём по различным методикам: определение содержания гемоглобина с помощью гемометра по методу Сали; определение содержания глюкозы в безбелковом фильтрате крови по методу Сомоджи; определение щелочного резерва в плазме крови диффузным методом; определение общего кальция в сыворотке крови по Уилкенсону; Исследование физических свойств крови: исследование СОЭ по методу Панченкова. Морфологическое исследование мазков крови окрашенных по Романовскому-Гимза производились с помощью иммерсионной системы микроскопа Levenhuk 1600 LED5.

Результаты собственного исследования

Основными причинами гипотрофии телят явилось в первую очередь ранняя половая охота матери и, как следствие, нарушение иммунного ответа, недостаточное содержание в рационе основных питательных и витаминно-минеральных веществ, витаминов, нарушение условий содержания животных.

При определении клинического состояния отмечено следующее: телята находятся в состоянии апатии, вялые плохо едят корм, вялая жвачка,

отмечаются диспропорции головы и конечностей их искривление, со стороны волосяного покрова отмечается участки алопеции, волос длинный, взъерошенный, матовость отсутствует, кожа сухая, плохо собирается в складку – это свидетельствует о нарушении ее эластичности. В состоянии видимых слизистых оболочек отмечены сухость и бледность. Жировая подушка отсутствует. Скелетные мышцы дряблые, в гипотонусе. Трубчатые кости: плечевая, локтевая, бедренная, большая и малая берцовые - короткие, тазовые кости уменьшены в объёме, в связи с этим телята низкорослые и шилозадые (рис. 1).



Рис. 1. Телята черно-пестрой породы с клиническими признаками гипотрофии

Лабораторные исследования крови телят представлены в таблице 1.

Таблица 1

Результаты лабораторных исследований крови

Показатели	Показатели крови здоровых животных	Показатели крови при гипотрофии
Гемоглобин, г/л	90-130	74,0
Глюкоза, мг%	40-60	50,0
Щелочной резерв, об.%CO ₂	42-54	27,2
Общий кальций, ммоль/л	10,0-12,5	15,7
Каротин, ммоль/л	0,4-1,0	0,01012

По данным таблицы 1 следует, что гемоглобин в крови у больных животных понижается до 74,0 г/л; глюкоза колеблется в пределах референтных значений; щелочной резерв понижен до 27,2 об.%CO₂; общий кальций повышен до 15,7 ммоль/л.; каротин понизился до 0,011012 ммоль/л.

Исследование физических и морфологических свойств крови включало определение скорости оседания эритроцитов (СОЭ) которое определяли методом Панченкова, под углом 90° в аппарате Панченкова (рис. 3). Результат полученный через 15, 30, 45 минут и 24 часа в среднем колебался в пределах 2,0-2,3 мм/ч, в результате этого следует что происходит сгущение крови, которое, как правило, возникает при хронических течениях патологического процесса в частности состояния гипотрофии.

Лейкограмма – процентное соотношение между отдельными видами лейкоцитов в крови, была выведена по окрашенным мазкам в иммерсионной системе путём дифференциального подсчёта 100 лейкоцитов. Трёхпольным методом (по Филипченко) – клетки подсчитывали на трёх участках, расположенных поперёк мазка (от одного края до другого). В начале мазка подсчитывают 35, в середине 30 и в конце 35. В таблице 2 представлена лейкоцитарная формула крови телят.

Таблица 2

Лейкоцитарная формула крови телят при гипотрофии (%)

Вид животного	Базо-филы	Эозино-филы	Нейтрофилы			Лимфоциты	Моноциты
			Юные	Палочко-ядерные	Сегментоядерные		
Крупный рогатый скот	3	9	-	4	31	46	7

По результатам подсчета клеток крови в нативных мазках отмечено увеличение количества лимфоцитов, которое связано с развитием хронического воспалительного процесса в организме животных, присутствие нейтрофильного лейкоцитоза с ядерным сдвигом вправо, увеличение количества сегментоядерных нейтрофилов, свидетельствует об истощении организма, что является характерным признаком для животных больных гипотрофией.

Заключение

Гипотрофия – это заболевание, возникающее вследствие нарушения внутриутробного развития плода. Основные симптомы состояние апатии, вялая жвачка, отмечаются диспропорции частей тела, со стороны волосяного покрова отмечается участки алопеции, кожа сухая, видимые слизистые оболочки – сухие и бледные, скелетные мышцы дряблые в гипотонусе. Трубочатые кости короткие в связи с этим телята низкорослые и шилозадые. Картина крови сопровождалась снижением количества гемоглобина, каротина и щелочного

резерва, замедление скорости оседания эритроцитов, при определении клеточного состава крови отмечали лимфоцитоз и нейтрофильный лейкоцитоз со сдвигом ядра "вправо".

Список литературы

1. Гертман, А. М. Распространенные незаразные болезни молодняка. Диагностика, лечение и профилактика / А. М. Гертман, Т. С. Самсонова. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022.
2. Гипотрофия плода (врожденная гипотрофия). Сайт. -2023- URL: <https://www.allvet.ru/diseases/3-3/>
3. Данилкина, О. П. Основы ветеринарии : учебное пособие / О. П. Данилкина. — Красноярск : КрасГАУ, [б. г.]. - Часть 1 - 2016. — 335 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система.
4. Диагностика гипотрофии и коморбидной патологии (анемии) у новорожденных телят / Д. А. Саврасов, П. А. Паршин // Ученые записки учреждения образования "Витебская ордена "Знак почета" государственная академия ветеринарной медицины". — 2019. — № 4. — С. 68-72. — ISSN 2078-0109.
5. Для чего нужны биохимические исследования крови у КРС?. Сайт. - 2023-URL:<https://agrovesti.net/lib/tech/cattle-tech/dlya-chego-nuzhny-biokhimicheskie-issledovaniya-krovi-u-krs.html>
6. Иммунный статус телят-гипотрофиков на фоне применения препаратов на основе рекомбинантных интерферонов / П. А. Паршин, Г. А. Востроилова, Н. А. Хохлова [и др.] // Ученые записки учреждения образования "Витебская ордена "Знак почета" государственная академия ветеринарной медицины". — 2022. — № 3. — С. 133-138. — ISSN 2078-0109.
7. Латыпов, Д. Г. Основы судебно-ветеринарной экспертизы : учебное пособие / Д. Г. Латыпов, И. Н. Залялов. — 2-е изд., перераб. — Санкт-Петербург : Лань, 2022.
8. Патоморфологические изменения печени у телят-гипотрофиков / П. А. Паршин, Б. В. Шабунин, Ю. А. Чаплыгина [и др.] // Ученые записки учреждения образования "Витебская ордена "Знак почета" государственная академия ветеринарной медицины". — 2020. — № 4. — С. 60-63. — ISSN 2078-0109.

9. Савинков А. В. Фармакокоррекция гипотрофии и рахита молодняка свиней : монография / А. В. Савинков, М. П. Семенов, О. С. Гусева, А. И. Рязанцева. — Самара : СамГАУ, 2020.

10. Сравнительный анализ морфометрических показателей печени поросят при гипотрофии и профилактике комплексным препаратом Седимин / А. М. Сурундаева, Г. Ж. Бильжанова, Т. Я. Вишневская // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. — 2021. — № 2. — С. 194-197. — ISSN 2073-0853.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

НАУКА XXI ВЕКА: ВЫЗОВЫ, СТАНОВЛЕНИЕ, РАЗВИТИЕ

Сборник статей

XIV Международной научно-практической конференции,
состоявшейся 20 ноября 2023 г. в г. Петрозаводске.

Под общей редакцией

Ивановской И.И., Посновой М.В.,

кандидата философских наук.

Подписано в печать 22.11.2023.

Формат 60x84 1/16. Усл. печ. л. 5.35.

МЦНП «НОВАЯ НАУКА»

185002, г. Петрозаводск

ул. С. Ковалевской д.16Б помещ. 35

office@sciencen.org

www.sciencen.org



НОВАЯ НАУКА

Международный центр
научного партнерства



NEW SCIENCE

International Center
for Scientific Partnership

МЦНП «НОВАЯ НАУКА» - член Международной ассоциации издателей научной литературы
«Publishers International Linking Association»

ПРИГЛАШАЕМ К ПУБЛИКАЦИИ

1. в сборниках статей Международных
и Всероссийских научно-практических конференций
<https://www.sciencen.org/konferencii/grafik-konferencij/>



2. в сборниках статей Международных
и Всероссийских научно-исследовательских,
профессионально-исследовательских конкурсов
[https://www.sciencen.org/novaja-nauka-konkursy/
grafik-konkursov/](https://www.sciencen.org/novaja-nauka-konkursy/grafik-konkursov/)



3. в составе коллективных монографий
[https://www.sciencen.org/novaja-nauka-monografii/
grafik-monografij/](https://www.sciencen.org/novaja-nauka-monografii/grafik-monografij/)



4. авторских изданий
(учебных пособий, учебников, методических рекомендаций,
сборников статей, словарей, справочников, брошюр и т.п.)
<https://www.sciencen.org/avtorskie-izdaniya/apply/>



<https://www.sciencen.org/>