



Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова

РОО РТ «Гражданское общество»

Студенческое научное общество КИУ

КАЗАНСКИЕ НАУЧНЫЕ ЧТЕНИЯ СТУДЕНТОВ И АСПИРАНТОВ ИМЕНИ В.Г. ТИМИРЯСОВА – 2022

**Материалы XII Международной научно-практической конференции
студентов и аспирантов**

16 декабря 2022 г.

Том 2

УДК 001
ББК 72
К14

*Печатается по решению редакционно-издательского совета
Казанского инновационного университета имени В. Г. Тимирясова*

Председатель редакционной коллегии:

ректор Казанского инновационного университета имени В.Г. Тимирясова,
канд. экон. наук, доцент **А.В. Тимирясова**

Заместитель председателя редакционной коллегии:

первый проректор, проректор по научной работе, д-р юрид. наук, профессор **И.И. Бикеев**

Редакционная коллегия:

д-р экон. наук, профессор **Т.В. Крамин**; д-р биол. наук, профессор **Е.Л. Матвеева**;
д-р экон. наук, профессор **Г.Р. Таишева**; д-р экон. наук, профессор **Л.Б. Шабанова**;
д-р философ. наук, профессор **Е.Л. Яковлева**; д-р юрид. наук, доцент **А.С. Панова**;
канд. экон. наук, профессор **Ш.И. Еникеев**; канд. эконом. наук, доцент **Г.А. Абулханова**;
канд. экон. наук, доцент **А.М. Галиахметова**; канд. юрид. наук, доцент **Н.Н. Гончарова**;
канд. экон. наук, доцент **И.С. Кабиров**; канд. экон. наук, доцент **Э.Р. Ковалева**;
канд. филол. наук, доцент **Е.К. Кузьмина**; канд. юрид. наук, доцент **Э.Ю. Латыпова**;
канд. тех. наук, доцент **И.Н. Маслов**; канд. ист. наук, доцент **А.Ш. Муллаянов**;
канд. юрид. наук, доцент **А.Г. Никитин**; канд. экон. наук, доцент **Е.А. Петрова**;
канд. экон. наук, доцент **М.А. Пугачева**; канд. соц. наук, доцент **Ю.А. Репина**;
канд. ист. наук, доцент **С.Ю. Рычков**; канд. психол. наук, доцент **Г.Г. Семенова-Полях**;
канд. экон. наук, доцент **Д.А. Сергеев**; канд. экон. наук, доцент **А.А. Скорнякова**;
канд. пед. наук, доцент **А.И. Скоробогатова**; канд. психол. наук, доцент **Т.А. Трифонова**;
канд. архитектуры, доцент **И.А. Фахрутдинова**; канд. физ.-мат. наук, доцент **Д.В. Шевченко**;
ст. преподаватель **Э.Р. Исмагилова**; ст. преподаватель **А.Р. Климанова**;
ст. преподаватель **Р.Р. Мусина**; ст. преподаватель **С.Г. Никитин**;
ст. преподаватель **Ю.Р. Янгличева**; преподаватель **Л.Р. Бикмухаметова**;
секретарь **А.А. Бабичева**; секретарь **Г.М. Габдуллина**; секретарь **Р.Р. Гатауллина**;
секретарь **О.Е. Иванова**; секретарь **Ж.Р. Идрисова**; секретарь **О.А. Гусева**;
секретарь **Н.И. Зонова**; секретарь **Т. В. Медведева**; секретарь **О.И. Осипова**;
секретарь **Н.Ф. Туктамышева**; секретарь **Т.А. Шимарина**

К14 **Казанские научные чтения студентов и аспирантов имени В.Г. Тимирясова – 2022:** материалы XII Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов, 16 декабря 2022 г. В 3 т. Т. 2. – Казань: Изд-во «Познание» Казанского инновационного университета, 2023. – 432 с.

ISBN 978-5-8399-0800-0

В настоящий сборник вошли тезисы научных работ студентов и аспирантов, выполненных в рамках широкого круга отраслей знания. Могут быть полезны всем интересующимся актуальными проблемами современной науки.

УДК 001
ББК 72

ISBN 978-5-8399-0800-0

© Казанский инновационный университет
имени В.Г. Тимирясова, 2023
© Авторы статей, 2023

СЕКЦИЯ №7. ЛОГИСТИКА

Абдрахманова Л.Р.

Н. рук.: ст. преподаватель Рабазанова А.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ ЛОГИСТИКИ КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

Сегодня развитие логистики вызывает большой интерес у коммерческих организаций и ведомств в России. В последние десятилетия логистика стала важнейшей функцией управления отечественных компаний.

Для крупных или средних предприятий, работающих в любой отрасли, торговле или сфере услуг, обязательным является выделение службы логистики в общей структуре управления компании – в отделе, правлении или отделе. В логистических службах работает множество менеджеров на разных уровнях управленческой иерархии – от оперативных логистов до директоров и вице-президентов логистических компаний.

Сфера профессиональной деятельности современного логиста охватывает широкий спектр оперативной деятельности, такой как перевозки, разработка транспортных документов и т.д.

Использование современного логистического инструмента и SCM невозможно без квалифицированного персонала. На сегодняшний день высокие требования, предъявляемые бизнесом к квалификации работников в области логистики и SCM, обуславливают необходимость создания многоуровневой корпоративной структуры подготовки и переподготовки специалистов по логистике.

Управление базой логистических знаний должно постоянно стремиться к тому, чтобы высшие и средние уровни логистических служб компаний постоянно стремились к тому, чтобы теоретическая подготовка современного

специалиста по логистике все больше смещалась в сторону знания методов и моделей оптимизации снабжения, цепей, риск исходных данных и принятия решений с неопределенностью, моделирование сложных логистических систем, применение широкого спектра прикладных программных продуктов SCM и цифровых технологий.

Концепция логистики интегрирования и SCM является одним из фундаментальных источников устойчивого конкурентного преимущества для компаний. Динамичное расширение функционала специалистов по логистике требует развития новых компетенций.

Адолина А. И.

Н. рук.: ст. преподаватель Рабазанова А. А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ

В настоящее время этот процесс коснулся всех сфер деятельности человека. Стоит задуматься, каким образом будет проходить внедрение цифровых технологии в логистические процессы, в частности в управление транспортной системой.

В настоящее время правительство РФ уже встало на путь решения этого вопроса. Было утверждено распоряжение правительства РФ от 21 декабря 2021 г. № 3744-р «Об утверждении стратегического направления в области цифровой трансформации транспортной отрасли РФ до 2030 г.».

Внедрение новых технологий требует не только грамотно выстроенного плана действий, но и огромных вложений денежных средств. В связи с последними событиями, можно предположить, что какие-либо результаты можно будет увидеть только в тех регионах, где уже преступили к реализации местных проектов цифровизации транспортной системы, которые были адаптированы для определенной местности. Например, в Москве была введена система Face pay. А в Пермском крае решили для начала ввести систему

самостоятельной оплаты (без кондукторов) в общественном транспорте.

Также можно предположить, что распоряжение будет корректироваться, так как не все люди будут готовы принять нововведения мгновенно. Необходимо будет по каждому из проектов продумать тестовый период для каждого региона в отдельности.

Подводя итоги, можно сказать, что утверждение распоряжения правительства в области цифровизации – большой шаг на пути трансформации всей транспортной системы страны. На данный момент предстоит еще много работы для адаптации проектов к российским реалиям, создания инфраструктуры для внедрения новых технологий и подготовки специалистов в области ИТ.

Литература

1. Распоряжение Правительства РФ от 21 декабря 2021 г. № 3744–р Об утверждении стратегического направления в области цифровой трансформации транспортной отрасли РФ до 2030 г.

2. Управление бизнесом в цифровой экономике: вызовы и решения: монография / под ред. И. А. Аренкова, Т. А. Лезиной, М. К. Ценжарик, Е. Г. Черновой. – Санкт–Петербург: СПбГУ, 2019. – 360 с.

3. Что такое Face pay? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://facepay.mosmetro.ru/>

4. Бескондукторная система [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://gortransperm.ru/oplata–proezda/beskonduktornaya–sistema/>

Аксёнов И.А., Сундуков В.А.

Н. рук.: к.э.н., доцент Хамидуллина Ф.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЛОГИСТИКИ ТРАНСПОРТИРОВКИ КАК СПОСОБ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Значение слова «логистика» в переводе с Древнегреческого языка означает «вычислительное искусство», «искусство расчёта, рассуждения». Исторически этот термин имеет два основных толкования. Первое относится к военной области, когда логистика определялась как практическое искусство управления и контроля над войсками. В дальнейшем необходимость использования логистических услуг во время энергетического кризиса 1970-х годов расширило это понятие. Рост стоимости энергии вынуждал предпринимателей искать способы снижения транспортных затрат. Однако, оптимизация транспортных операций не решила эту проблему снижения затрат предприятий. Здесь требовались согласованные действия всех участников на протяжении всего логистического процесса.

Логистические услуги представляют собой комплекс услуг, предоставляемых специализированными компаниями, включая организацию транспортировки и хранения продукции, а также полное формальное, юридическое и таможенное обслуживание.

Логистический рынок – это экономическая система, в которой происходит согласование и реализация экономических интересов хозяйствующих субъектов, связанных с логистической отраслью. Современный рынок логистических услуг делится на три основных сектора: перевозки и экспедирование грузов различными видами транспорта; складские услуги и услуги по интеграции и управлению цепями поставок.

Главной проблемой на современном российском рынке логистических услуг является недостаточно развитая транспортная система, которая серьезно

сдерживает экономический рост. Все это требует серьезной реструктуризации российского транспорта.

Для этого необходимо перейти на новый этап развития транспортной логистики, который повысит качество транспортных услуг, укрепит отечественную транспортную систему, социальное и экологическое направление развития транспортной отрасли.

Кроме того, необходима современная долгосрочная стратегия, определяющая основные стратегические направления и цели развития транспортной системы.

Необходимо стимулировать постепенное повышение качества транспортных услуг, закрепление технологий транспортного обслуживания и повышение конкурентоспособности перевозчиков и операторов транспортных узлов. Далее можно ожидать оптимизацию и доступность транспортных услуг.

Аухадиева Ф. Р.

Н. рук.: ст. преподаватель Рабазанова А. А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань

ЛОГИСТИКА СКЛАДИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ: ТРУДНОСТИ И ПУТИ ВЫХОДА

Складские услуги являются неотъемлемой частью каждой логистической системы, в которой они играют важную роль в обеспечении желаемого уровня обслуживания клиентов при минимально затратах.

Можно выделить 4 основные проблемы:

- нехватка квалифицированного персонала;
- не рациональное использование пространства для хранения;
- инвентаризация;
- колебания спроса.

Пути решения выявленных проблем:

Поскольку цепочки поставок играют важную роль в обеспечении

качества обслуживания клиентов, рекомендуется предпринять некоторые шаги для улучшения работы складов и управления ими:

– разработка программы соответствия требованиям поставщиков улучшает отношения между компанией и ее поставщиками с точки зрения обработки продукции и времени транспортировки;

– использование технологии кросс-докинга позволяет нам перемещать товары непосредственно с завода поставщика к клиенту без необходимости ее складирования, что помогает оптимизировать время;

– внедрение динамической слота позволяет постоянно менять расположение товаров на складе в соответствии со спросом.

Афони́на М.Б.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

«МЕЛКОШТУЧКА» НА СКЛАДЕ: СОКРАТИТЬ НЕЛЬЗЯ, ОПТИМИЗИРОВАТЬ

Как упорядочить товар при хранении больше 1000 позиций с мелкогабаритным продуктом.

Время от времени крупными ритейлерами и маркетплейсами осуществляется хранение и комплектация десятков тысяч разнообразной продукции авторучки, фитнес–батончики, одежда и прочее. Одними осуществляется отгрузка достаточно высоких товарных объемов с выдержкой минимальных сроков, а другими – растрата ресурсов, которые идут на то, чтобы устранить неточности.

Следует провести анализ стандартных способов, с помощью которых мелкоштучный продукт подвергается складскому хранению. Чаще всего собственниками склада осуществляется использование фронтальных стеллажей со специальными полками, где обустроены картонные, металлические, пластиковые и прочие разделители, пластиковые контейнеры.

Полка, которая имеет стандартную фронтальную стеллажную секцию шириной порядка 270 см и глубиной на уровне порядка 105 см, вмещает от 16–17 позиций продукции.

При большем размещении неудобно забирать с полки мелкоштучную продукцию. Чтобы предоставить быстрый доступ к товару, требуется также и организация комфортной высоты для человека.

Далее, следует проанализировать способы экономии места на складе мелкоштучными товарами, при быстром и комфортном доступе к ним.

Если хранимый продукт по объему не вмещается на полки в текущем складе, осуществляется также повышение и складской мощности.

В качестве первого метода предлагается смена склада помещением, которое имеет большую площадь. В качестве второго метода стоит отметить оптимизацию пространства.

Далее, следует рассмотреть способы эффективной организации складского пространства.

1. Расположение товаров по полкам через разделители. Полка, которая имеет стандартную фронтальную стеллажную секцию шириной порядка 270 см и глубиной на уровне порядка 105 см, вмещает от 16–17 позиций продукции. На полке необходимо предусмотреть возможность установить такие разделители.

2. Стеллажи оборудуются пластмассовыми контейнерами. На основе такого способа осуществляется временное решение вопросов, связанных с хранением. Полочное и контейнерное хранение по объему вмещаемой продукции разнится примерно в полтора раза. Чтобы товар был максимально доступен для работника склада, требуется организовывать хранение, при котором четверть полки пустует, чтобы максимально быстро выдвинуть модуль.

3. Установка карусельных башенных и горизонтальных систем со складским хранением. Осуществляется рост плотности и коэффициента, показывающего то, насколько заполнен склад, когда применяется данная система, приблизительно втрое.

4. Оборудование полки посредством выдвижного модуля. Концепция такого модуля является выдвижным ящиком–трансформером, изготовление которого осуществляется, применяя пластик. Установка ящика, если рассматривать стеллажную версию, осуществляется на раму, а каркасный – прочный каркас. Также стоит отметить наличие выкатной версии модуля, в котором установка ящика осуществлена на ролики. При наличии такого оснащение, осуществляется увеличение числа с хранимыми позициями товара в 25–40, при постановке двух ярусов с модулями, осуществляется рост количества позиций товара двухкратно. Допускается сегментирование модуля, применяя штатные разделители, в результате чего формируются 8 стандартных сегментов по каждому.

Когда комплектуется товар, отмечается вероятность получения пересорта или недостачи. Такие ситуации появляются в комплексных ошибках. Склад проявляет корректную работу в зависимости от качества и слаженной работы системы.

Один из ярких примеров: два шампуня одинакового цвета, один из которых – эвкалиптовый, а второй – хвойный. Мы и на полке в ванной комнате можем перепутать, не то, что на складе.

Когда полка оборудована разделителями, определяющими товар, осуществляется снижение количества ошибок. Тем не менее, отмечается появление новой проблемы: полки с разделителями практически не позволяют динамически распределить товар – определенная ассортиментная позиция не прикрепляется к постоянному месту, расстановка поступающего товара осуществляется в соответствии со свободно пронумерованным местом хранения.

Динамическая система хранения характеризуется высокой эффективностью, с которой применяются складские площади, здесь также сокращается время, необходимое на то, чтобы принять и разместить товар.

Мелкоштучный товар можно хранить, следует пяти правилам:

1) Организация процесса, при котором на складе, возможно,

идентифицировать товар, он четко промаркирован кодированием. Именно так достигается упорядоченное хранение, правильный учет остатков с хранением.

2) Обеспечение административной дисциплины сотрудников с системным порядком на предприятии.

3) Синхронизация возможностей программного обеспечения и задач, связанных с транспортной логистикой.

4) Внедрение на склад качественного оборудования – полок, стеллажей, контейнеров, подъемной техники.

5) Продумайте освещение емкостей хранения, позволяющее работать с мелкоштучным товаром быстро и эффективно.

Байдимерова Т.Г.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

РОЛЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ТРАНСПОРТА В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА

Мобильность всё более явно становится одним из основных признаков современного общества. Жизнь человека, особенно городского сопровождается ежедневными перемещениями на значительные расстояния. Ведь каждый из нас вынужден совершать поездки на учёбу, работу, в гости и т. д., и чаще всего в преодолении расстояний нам помогает общественный транспорт.

Общественный транспорт – разновидность пассажирского транспорта как отрасли, предоставляющей услуги по перевозке людей по маршрутам, которые перевозчик заранее устанавливает, доводя до общего сведения способ доставки (транспортное средство), размер и форму оплаты, гарантируя регулярность (повторяемость движения по завершении производственного цикла перевозки), а также неизменяемость маршрута по требованию пассажиров.

Городской общественный пассажирский транспорт будет являться важным элементом единой транспортной системы страны, так как обеспечивает основной объем рабочих поездок населения городов и представляет собой часть

их инфраструктуры как составляющей городского хозяйства. Он обеспечивает доступ к образованию, медицинскому обслуживанию, экономической деятельности, и позволяет всем сферам экономической жизни эффективно функционировать.

Если посмотреть, то около 80 % всех пассажирских перевозок (ежегодно около 20,0 миллиардов человек) выполняется наземным городским общественным транспортом. Поэтому главной целью транспортной системы города будет являться наиболее полное удовлетворение потребностей жителей в ее услугах при минимально возможных затратах, максимальной безопасности людей и надежности процесса перевозок. Уникальность городской транспортной сферы заключается в том, что в ее развитии заинтересованы и население, и муниципальное сообщество.

Немаловажную роль играет качество услуг, предоставляемых системой общественного транспорта, так как среднестатистический городской житель значительную часть своего времени проводит в нём. Учёными подсчитано, что четыре года жизни – именно столько, в среднем, человек проводит в общественном транспорте.

Для подавляющего большинства средних и крупных городов, а тем более мегаполисов Российской Федерации пассажирский транспорт стоит в ряду главных отраслей жизнеобеспечения, от нормального функционирования и развития которого зависят работа хозяйственных комплексов и социальная обстановка в них.

Для того, чтобы общественный транспорт удовлетворял качеству предоставляемых услуг, его нужно развивать. Так начали появляться во многих городах электронная оплата проезда, но для удобства всех жителей нашей страны нужно довести это до всех регионов. Также стоит обновить автопарк до более новых и комфортабельных моделей, проводить более тщательную проверку транспорта на техническую пригодность, проводить ежегодно медицинский осмотр персонала общественного транспорта, а так же внедрить экзамены для водителей, чтобы улучшать профессиональную подготовку и

предотвратить происшествия на дорогах.

Уровень развития системы городского пассажирского транспорта является необходимым параметром для оценки перспектив развития любого общества. Несомненно, для повышения уровня развития необходим выбор правильного инструментария и использование современных методов управления. Любое плановое воздействие на объект управления должно соответствовать изменению в конечном итоге уровня развития системы городского пассажирского транспорта. В связи с этим, в нынешнее время будут актуальными задачами является определение и поэтапное использование методов повышения уровня развития системы городского пассажирского транспорта, которое в свою очередь позволяет смягчить транспортную напряженность и повлиять на развитие транспортно–экономических связей, как муниципалитета, так и региона в целом.

Батманова Д.С.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ЛОГИСТИКА ТРАНСПОРТИРОВКИ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ

Термин логистика все чаще используется в нашем обществе. Зачастую все воспринимают ее только как деятельность, связанную с транспортом. Транспорт действительно играет одну из значимых ролей в логистике. Конечно, помимо него логистика также занимается оптимизацией работы предприятий. Но в данном случае мы рассмотрим именно логистику транспортировки.

Логистика – это наука и область практической деятельности по управлению потоками, как интегрированными процессами преобразования вещества, энергии, финансов, информации, услуг и момента импульса в социально–экономических средах, во времени и пространстве. Логистика по специфике своей организации на международном, региональном и национальном уровне подразделяется на ресурсную, функциональную и

отраслевую. Как показывает анализ внешнеторговой статистики международного маркетинга и логистики перевозки товарных грузов транспортными средствами ежегодно возрастает.

Логистика транспортировки представляет собой отраслевую логистику – это организация функционирования и управление материальными потоками и соответствующими обеспечивающими и сопровождающими потоками в процессе движения товаров, которая заключается в перемещении продукции транспортными средствами по определенной технологии, маршрутами в цепи поставок, и состоящая из логистических, технологических, операций, активностей и функций включая экспедирование, грузовую переработку, упаковку, передачу прав собственности на груз, предотвращение угроз, страхование рисков, таможенные процедуры и т. п.[1]

В ходе изучения логистики транспортировки, можно выявить следующие ее функции:

- организация каждого этапа доставки продукции;
- оформление всех необходимых документов;
- сопровождение процесса перевозки;
- осуществление разгрузки и погрузки продукции;
- размещение на складах, расфасовка и упаковка материалов;

В деятельности логистики важно соблюдать принцип своевременной доставки груза с минимальными затратами. Для того чтобы осуществлять данную цель, необходимо выполнять следующие задачи:

- анализ свойств перевозимых грузов;
- определения подходящего транспорта для перевозки;
- составление маршрута;
- поиск оптимального перевозчика или привлечение профильных логистических партнеров:

- анализ промежуточных и конечных пунктов назначения

Выполняя все эти действия опытный логист с легкостью организует перевозку с минимальными затратами для компании.

Логистика транспортировки бывает внутренней и внешней. Первая обеспечивает внутрипроизводственные перевозки, а вторая – снабжение предприятий и сбыт готовой продукции.

Пандемия COVID–19 изменила не только жизни многих людей, но и ситуацию на глобальном и местных рынках. Во всем мире произошло значительное сокращение производственных мощностей в связи с закрытием границ между странами и введением режима самоизоляции. Пандемия коронавируса нарушила привычные связи между производителями и потребителями и внесла серьезные изменения в бизнес логистических компаний.

Распространение коронавируса нанесло серьезный удар по мировой логистике и обеспечению цепочки поставок сырья и готовой продукции. Так, 7 апреля 2020 года крупные международные организации: Международный союз дорожного транспорта (IRU) и Международная федерация работников транспорта – опубликовали открытое письмо к правительствам всех стран с просьбой о поддержке транспортной отрасли в условиях распространения COVID–19. Кризис вызвал дисбаланс грузопотоков, связанный с изменениями спроса, приостановкой производств и введенных ограничений. В связи с этим фактором правительства государств и международные организации должны присвоить наивысший приоритет поддержке непрерывности и прочности цепочек поставок.[7]

В связи с последними событиями в мире, логистика России также серьезно пострадала, как и во время пандемии.

Для доставки грузов, предприятия не имеющие личные автопарки обращаются в логистическую компанию для перевозки своей продукции заказчикам. Чаще всего у компании, организующей перевозку грузов из России в Европу, имеются разработанные маршруты для перевозки. Они осуществляли доставки по данным маршрутам годами. Логисты этих компаний разработали оптимальные маршруты с минимальными затратами.

Но в нынешней ситуации вынуждены их менять. В связи с этим,

стоимость перевозок возрастает. Для многих организаций это несет значительные убытки. Поэтому они вынуждены поднимать цены на свою продукцию, чтобы перекрыть затраты на транспортировку. Это влечет за собой потерю части постоянных клиентов. Многим будет попросту не выгодно покупать по новым ценам и гораздо проще найти нового поставщика. Конечно, не все поставщики с низкими ценами способны сохранить качество покупаемого сырья. Низкие цены в нынешней ситуации подразумевают и низкое качество.

Конечно, сейчас логистика переживает не самые легкие времена. Большое количество убытков разорило часть компаний. Но даже в такое не простое время логистика транспортировки оказывает всестороннее воздействие на экономику страны. Понимая роль логистики, государство успешно развивается в экономическом, социальном, политическом плане.

Профессия логистов становится все более востребованной на российском рынке – в сфере оказания услуг по транспортировке, складированию, экспедированию, таможенному оформлению, управлению запасами. Также рынок нуждается в координаторах (супервайзерах), организаторах управления корпоративными логистическими системами, организаторах стратегического планирования.[8]

Вавилова Т.С.

Н. рук.: преподаватель Ишмаева Е.Г.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ЗАКУПКАМИ

ООО «ЛЕНТА»

Логистика закупок – это управление материальными потоками и услугами в процессе обеспечения торговой организации материальными ресурсами. Ее основная цель – обеспечение бесперебойного материала потока для последующей сбытовой деятельности организации.

С целью совершенствования процесса управления закупками ООО «Лента» был проведен анализ системы снабжения организации, который показал, что организация имеет выстроенную систему закупок на базе автозаказа, которая функционирует с электронным EDI потоком и берет на себя оформление нормативно правовых документов для оформления договора поставки. Чтобы оценить эффективность нынешней системы управления закупками гипермаркета ООО «Лента» был проанализирован процесс составления автозаказов по методу прогнозирования, на основе истории продаж за определенный промежуток времени.

Для оценки эффективности продаж товаров в категории «Напитки», была рассчитана и проанализирована динамика продаж для 5 товарных позиций за последние 3 месяца. Далее было рассчитано, насколько организации выгодно закупать данный товар по системе с фиксированным размером заказа. Также было выяснено, что метод с фиксированным размером заказа не эффективен, так как: прогнозируемое ожидаемое дневное потребление равно ожидаемому потреблению за все время ожидания поставки, т.е. за то время пока поставка доедет до гипермаркета, товар раскупится и полка будет пустовать; максимальное потребление за время поставки равно пороговому уровню запаса, т.е. если товар полностью будет продан, он сразу достигает порогового уровня запасов, при котором заново приходится оформлять поставку.

Вардзелова А.А.

Н. рук.: к.э.н., доцент Хузина Г.Г.

Чистопольский филиал КИУ

г. Чистополь

ВОПРОСЫ ЛОГИСТИКИ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Логистика здравоохранения имеет важное значение для оказания помощи населению. Логистика, в свою очередь, помогает медицинскому персоналу полностью сосредоточиться на лечении и уходе за пациентами. Оптимизация эффективности работы медицинского персонала, сокращение потерь в цепочке

поставок, предоставление качественных услуг и своевременное решение задач клиентов — главные приоритеты фармацевтической логистики.

Суть логистической системы заключается в планировании закупок фармацевтической продукции. Логистика существует как в сфере оказания медицинских услуг, так и в сфере контроля качества и безопасности медицинской деятельности. На этапе планирования необходимо определить критерии, подлежащие мониторингу, чтобы можно было принимать управленческие решения вовремя для представления в вышестоящую организацию. Реализация стратегии медицинской логистики требует грамотной системы планирования, гибкости и, самое главное, информации. Зарубежный опыт показал, что эффективное управление логистикой неотделимо от оперативных информационных служб, обеспечивающих оперативный документооборот, создающих единое информационное пространство, помогающих медицинским учреждениям работать надежно и бесперебойно, помогающих оптимизировать процесс перевозки лекарственных средств и медицинского оборудования.

Литература

1. Аникин Б.А. Логистика: учебник / Б.А. Аникин. – НИЦ ИНФРА-М, 2021.- 320 с.

Власов А. А.

Н. рук.: преподаватель Ишмаева Е.Г.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ЗАКУПОК

Информационные технологии очень важны в наше время, также, как и закупки для предприятия. Взаимосвязь информационных технологий и закупочной деятельности заключается в том, что информационные технологии используются для того, чтобы управлять закупочной деятельностью на

предприятия. Совершая данное управление, информационные технологии позволяют обеспечить высокую эффективность закупок, соответственно и самого предприятия, которое благодаря информационным технологиям остается конкурентоспособным на рынке.

С целью разработки рекомендаций по улучшению использования информационных технологий в закупках ООО «Лента», было проанализировано использование современных информационных технологий при осуществлении закупок в логистике на предприятии. Применение автоматических процедур повышает скорость и точность сбора данных и предоставляет возможность сконцентрироваться на ключевых моментах продаж.

Анализ системы информационных технологий при осуществлении закупок ООО «Лента» позволил определить, что предприятие работает эффективно. Компания имеет собственную систему закупок на базе автозаказов, которая функционирует с единым информационным потоком EDI, также используются программные продукты, как SAP ERP и 1С. Максимальный эффект от использования информационных технологий торгово–закупочная компания может получить в результате внедрения системы комплексной автоматизации торгово–закупочного бизнеса «MBS Navision» в виду экономической выгоды. Функционал решения покрывает все ключевые бизнес–процессы компании, обеспечивая управление, прозрачность и контролируемость на всех этапах.

Гайнуллин А.А.

Н. рук.: ст. преподаватель Рабазанова А.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПОСТРОЕНИЕ ПРОЗРАЧНОЙ ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК

За биткойн-блокчейном, технологией цифровых реестров и другими криптовалютами стоит потенциальный фактор, изменяющий правила в

мировых финансах. Но есть еще одна область, в которой присутствуют большие перспективы развития – управление цепями поставок.

Блокчейн – цифровая система для учета транзакций между некоторым количеством сторон проверяемым и защищенным от несанкционированного доступа способом. Учетную книгу могут запланировать на безучастные человеком транзакции. Главная функция блокчейна основывается на том, чтобы дать неограниченному числу неизвестных сторон делать конфиденциальные и безопасные транзакции без каких-либо посредников. Для цепи поставок это позволяет сделать узкому числу сторон защиту своих операций от злоумышленников.

Используя блокчейн – учет подобных средств, как товарно-материальные запасы, заказы, кредиты и коносаменты, выдаются неповторимые идентификаторы, коими служат числовые токены (подобно биткойнам). Кроме этого, соучастникам даются уникальные идентификаторы или виртуальные подписи, какие они используют для подписи блоков, внедряемые в блокчейн. Впоследствии чего каждый шаг транзакции заносится в блокчейне как передача соответствующего токена между участниками.

Общий блокчейн позволяет синхронизировать данные о логистике, отслеживать поставки и автоматизировать платежи, не требуя существенных изменений во внутренних процессах или системах информационных технологий транспортных компаний.

Существует огромный потенциал для усовершенствования цепи поставок в аспекте прозрачной и подконтрольной скорости доставки продукции, контроле и спонсирование. Блокчейн является сильным средством для исключения изъянов. Нужно экспериментировать с разными технологиями, проводить проекты с различными платформами блокчейна и строить отношения с другими фирмами.

Гарафеев С.А.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

СКЛАД. НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЛОГИСТИКЕ СКЛАДИРОВАНИЯ

Логистическая система обладает, во-первых, способностью поставить нужный товар в нужное время и место, необходимого качества с минимальными затратами, во-вторых, способностью адаптироваться к изменяющимся условиям внешней среды.[6]

Принцип логистической системы или ее концепция, связан с управлением материалами (со снабжением) и с управлением распределения (со сбытом).

Одна из подсистем логистической системы – это склад. Само понятие склада подразумевает здания, сооружения и разнообразные устройства, предназначенные для приемки, размещения и хранения, поступивших на них товаров, подготовки их к потреблению и отпуску потребителю. Основное назначение склада – концентрация запасов, их хранение и обеспечение бесперебойного и ритмичного выполнения заказов потребителей.[7]

Логистика складирования – оптимизация операций, непосредственно связанных с переработкой и оформлением грузов и координацией со службами закупок и продаж, расчет оптимального количества складов и места их расположения.[8]

В эпоху искусственного интеллекта многие компании стали задумываться о внедрении на склад новых технологий. Это позволит упростить работу сотрудникам склада, а то и заменить часть из них.

Так, например, компания Amazon представила «первого полностью автономного мобильного робота» Proteus, который предназначен для перемещения больших тележек с грузом в складских помещениях. В отличие от предыдущих моделей, которые использовались в ограждённых зонах, Proteus может безопасно передвигаться среди работников склада без угрозы нанесения кому-либо травмы из-за столкновения.

Ещё одной инновацией можно считать RF ID Radio Frequency Identification, или радиочастотная идентификация. Это современная технология идентификации объектов, которая основывается на применении радиочастотного электромагнитного излучения для автоматизированного считывания и записывания данных учета и контроля на устройство. Система RFID состоит из RFID – метки, RFID – считывателей, RFID – антенны и программного обеспечения и является весьма дорогой, поэтому применяют её только на крупных складах. Система RFID довольно проста в использовании. На каждую единицу товара наносится специальная метка, в которой зашифрованы все данные: вес, объем, дата погрузки или разгрузки, основные параметры хранения. На выходе из складского помещения монтируется металлический каркас с чувствительными RFID датчиками. Они сканируют метки на каждой упаковке, которую проносят через ворота, и отправляют информацию в общую базу данных.

Инновационные разработки для помощи сотрудникам склада так же активно начали внедрять современные предприниматели. Компания DHL начала внедрять очки дополнительной реальности для складских работников, которые занимаются комплектацией заказов. Очки помогают комплектовщику быстрее собрать заказ, показывая всю необходимую информацию о товаре, а именно, где располагается требуемая позиция, и в какой ячейки её нужно разместить. При этом руки работника всегда остаются свободными от бумаг или от мобильных терминалов. Опыт внедрения DHL очков увеличенной реальности показал повышение эффективности работы на 25 %.

Следующий помощник на складе – это голосовой отбор. Технология голосового отбора VoicePicking – новый способ автоматической идентификации на складе. Такая технология подбора заказов успешно используется в компании «X5 RETAIL GROUP». Компьютер через гарнитуру инструктирует работника, указывает маршрут при выполнении стандартных заданий на комплектацию. Руки работника остаются свободными от бумаг или мобильного терминала. Обратная связь позволяет отслеживать ход выполнения

процесса в режиме реального времени. По завершению сборки компьютер направляет новый заказ на освободившегося оператора. Процесс упрощается и ускоряется, производительность увеличивается на 10–35 %, число ошибок при комплектовании сводится к 0 %.

Технология подбора заказов PUT TO LIGHT Put to Light – это технология, предназначенная для увеличения производительности работы комплектовщика заказов. Система Put to Light уже активно используется на складах, где размещен большой ассортимент складских позиций – фармацевтических препаратов, косметики, канцелярских товаров и т. п. При сборе заказов на складах с большим ассортиментом товаров появляется большой риск ошибки, применение технологии Put to Light позволяет минимизировать эти ошибки и значительно увеличить скорость работы. Системы проекционного и светового отбора маркируют место размещения товара (паллета, полка, короб, ячейка и пр.) с помощью света, цвета, цифровой индикации. Сотрудник не тратит время на поиск необходимого товара или ячейки, что ускоряет процесс отбора или размещения. Аналитическая система сообщит о совершенной ошибке и не позволит взять некорректный товар.[1]

Сейчас мы конечно уже далеки от бумажных систем учета и перешли на программы для складирования товара. Даже не смотря на это большинство складов еще сомневаются в приобретении новых технологий для своего склада. Конечно искусственный интеллект не может полностью заменить человека. Но искусственный интеллект способен значительно помочь людям с работой на складе.

Гиниятуллина К.Д.

Н. рук.: к.э.н., доцент Хузина Г.Г.

Чистопольский филиал КИУ

г. Чистополь

ВОПРОСЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

Качество характеризует совокупность свойств определенного предмета, которое объективно ему присуще и обуславливает его возможность удовлетворения конкретных потребностей субъектов в зависимости от первоначально заданного предназначения. Качество в логистике предприятия может быть связано с такими явлениями, как закупка, запас, выполнение заказов, перевозка, хранения, упаковка и другими.

Эффективность работы предприятия определяется качеством выполняемых работ. В данной связи необходимо проводить контроль качества.

Контроль качества проводится по следующим этапам: предварительное входное обслуживание; текущий контроль операций, выполняемый в процессе работы, для устранения отклонений от намеченного плана и инструкции, окончательный контроль приемки, осуществляемый после окончания работ, для принятия управленческих решений.

В результате проведения контрольных мероприятий руководитель предприятия сможет своевременно определить отклонение фактических показателей от плановых, определить причину его не выполнения и предпринять соответствующие корректирующие меры.

Таким образом, предприятие должно внедрять системы менеджмента качества и осуществлять контроль качества работы логистических систем, что будет способствовать эффективной работе предприятия и повышению экономических показателей.

Литература

Александров О.А. Логистика: учебник. М.: ИНФРА-М, 2018. - 216

Глухова А.Д.

Н. рук.: преподаватель Рабазанова А. А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

«ЖИЗНЬ» НАВИГАЦИИ ПО СЕВЕРНОМУ МОРСКОМУ ПУТИ

Северный морской путь – главный мореходный канал в российской Арктике. Он является связующим звеном между российским Дальним Востоком и западными районами страны, между Азией и Европой.

На сегодняшний день, альтернатива Северному морскому пути (СМП) – мореходные пути, которые проходят через Суэцкий или Панамский каналы. Для сравнения рассмотрим расстояние, проходимое судами из порта Мурманска в порт Йокогамы (Япония) через Суэцкий канал, оно составляет 12 840 морских миль, а Северным морским путем 5770 морских миль. Разница существенная и играет большую важность для логистики, поскольку экономит время и деньги.

В настоящее время северный морской путь доступен с июля по ноябрь, а в течение остального года его проходимость ограничена из-за ледников, к 2024 году планируют уже запустить круглогодичные контейнерные перевозки, это позволит развиваться российской торговле высокими темпами и приносить крупные суммы компаниям, что сыграет огромную роль для российской экономики. Пока что данный путь применяется преимущественно для транспортировки углеводородов, но опять же только девять месяцев в году, при осуществлении круглогодичной поставки получится увеличить объемы с 33 миллионов тонн грузов до более чем 80 миллионов тонн. Помимо этого, для поддержания навигации строятся «сверхмощные» ледоколы, которые как раз-таки и будут поддерживать проходимость в течении всего года и специальные корабли класса «Иван Папанин», которые не нуждаются в ледокольном сопровождении.

Подводя итог, можно сказать, что в развитие СМП Россия активно вкладывает денежные средства и в будущем, СМП создаст альтернативу

Суэцкому каналу, важность которого со временем будет расти и укрепляться, что позволит развиваться не только российской логистике, но и мировой.

Градобоев И.В.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

С ЧЕГО НАЧИНАЕТСЯ СКЛАД? ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ СКЛАДСКОГО ХОЗЯЙСТВА

Статья, с которой нам предстоит ознакомиться, относится к циклу «С чего начинается склад?»

1. Основная цель данного цикла – довести до читателя преимущества классического подхода к организации проекта, конечным результатом которого является технологический проект склада. Именно такой подход позволит нам сформулировать и формализовать концепцию, которая будет нацелена на выявление точек роста складского хозяйства. Полнота конечной концепции может быть достигнута только при прохождении не менее трех этапов [6, с. 192]:

– исследование и первоначальный сбор информации – это этап первой статьи цикла;

– анализ данных и создание концепции развития складского хозяйства – это этап, важность которого будет раскрыта в рамках данного материала;

– подготовка технологического проекта склада является завершающим этапом проекта, на этом этапе детально прорабатывается один из возможных векторов развития складского хозяйства клиента.

Задача первого этапа – создать основу, на которой будет строиться концепция развития склада. На этом этапе проектная группа проводит обследование склада, общается с основными сотрудниками, собирает и обрабатывает статистические данные.

Первый этап создания склада дает представление о том, с чем мы будем

работать в дальнейшем: устанавливает блок ограничений, которые необходимо учитывать при разработке вариантов развития склада.

Рассмотрим концепцию развития складского хозяйства и ее возможности.

Концепция развития складского хозяйства – это система элементов, определяющих базовые принципы жизнедеятельности склада [4, с. 34]:

- структура склада: площадь хранения, расположение, типы и площади необходимых функциональных зон, виды и количество систем хранения;

- базовая технология производства работ на складе, отвечающая на вопросы следующего толка: «товар к человеку» или «человек к товару»; погрузчик, штабелер или триктрак; способ коробочного или штучного отбора;

- укрупненный расчет потребности в персонале.

Рассмотрим, что делает проектная команда на втором этапе?

Задача второго этапа – собрать большой объем информации, построить причинно–следственную связь между характеристиками склада в данный момент и желаемым результатом в будущем [4, с. 114].

На втором этапе проекта анализируются исходные данные, полученные в ходе исследования складского хозяйства. Результаты данного анализа исходных данных, предоставленных клиентом, и информация, собранной в ходе исследования, объединенные в единое целое, выступают в виде заготовки. На ее базе выстраивается каждая из концепций развития складского хозяйства [4, с. 121].

Три пути развития.

Когда у проекта есть базовый набор ограничений, начинают искать пути для его развития. На этом этапе необходимо показать клиенту возможность выбора направлений развития складского хозяйства. Возьмём пример. Клиенту требуется консультация по логистике в связи со строительством нового производственного комплекса и прилегающего к нему склада для хранения готовой продукции. Первым ограничением в этой ситуации является фиксированный размер склада, на котором будут происходить все дальнейшие действия. Клиент планирует использовать фронтальные стеллажи. Однако

после анализа определено, что требуемый объем товара не может быть размещен в таких системах хранения [5, с. 98].

На втором этапе проекта клиент получает несколько вариантов развития. Для демонстрации возможностей складского хозяйства не редко предлагается вариант, не учитывающие финансовые ограничения, что позволяет использовать наиболее производительные и современные решения. Процессы исследования каждого варианта разработки документируется: заказчик может следить за процессом и изучать индивидуальную цепочку принятия отдельных решений.

На финальном этапе проекта клиент решает, какой из предложенных вариантов соответствует технологическому проекту склада. Единственного варианта не существует. Цель проекта – предложить несколько возможных вариантов и показать, как можно их сравнения [5, с. 100].

Подводя итог, можно сказать, что разумный подход сегодня – это процесс постоянного совершенствования. Иными словами, проблема не в не в необходимости модернизации бизнеса, а в частоте ее циклов. Важность искать точки роста, оценивать актуальность ограничений и разрабатывать гипотезы, направленные на повышение эффективности. Ежегодный проект логистического консалтинга даст возможность обойти на вираже конкурентов, которые еще не до конца уловили веяния времени.

Литература

1. Аникин Б.А. Логистика и управление цепочками поставок. Теория и практика. Основы логистики: учебник / Под ред. Б. А. Аникина и Т. А. Родкина. –М.: Проспект, 2020.– 344 с.

2. Ермаков И.А. Заявление о проблеме развития национальной логистической системы / И.А. Ермаков, Д.В. Петухов // Логистика. № 2019. № 11–96 с.

3. Ермаков И.А. Формирование научных школ кафедры логистики ГУУ / И.А. Ермаков, Е.Е. Филиппов, С.С. Белова // Логистика.–2021. – № 10 – 71 с.

4. Иванов Г.Г. Складская логистика. Учебник / Г.Г. Иванов, Н.С. Киреева.

– М.: Форум, Инфра– М, 2020. – 192 с.

5. Киреева Н.С. Складское хозяйство / Н.С. Киреева. – М.: Academia, 2019. – 192 с.

6. Прокофьева Т.А. Логистические центры в транспортной системе России: учебник. / Т. А. Прокофьева, В. И. Сергеев. –М .: Экономическая газета, 2021. – 524 с.

Гусева М. Д.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ЗНАЧЕНИЕ ЛОГИСТИКИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕЕ ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ

В современных условиях, которые характеризуются сложностью рыночных отношений, ограничений и обостренной конкуренцией, становится невозможным успешное и перспективное процветание организации без использования новых, более совершенствованных подходов в менеджменте. Несомненно, на сегодняшний день недостаточно применять маркетинговые концепции в управленческой деятельности для укрепления конкурентных преимуществ, и, как следствие, возникает необходимость использования современных высокоэффективных способов и методов управления потоковыми процессами, например, таких, как логистика.

Логистика является ключевым звеном успеха любой организации, так как она охватывает чуть ли не всю ее хозяйственную деятельность: она призвана как контролировать расходы, выделенные на продукцию, так и доводить эту продукцию до конечного потребителя. Как следствие, логистика не только регулирует внутренние процессы, но и находит отражение на внешней среде организации, например, на поставщиках и потребителях. основополагающей задачей логистики предприятия является обеспечение эффективного функционирования интегрированной системы управления материальными

потоками.

Значение и роль логистики в условиях глобализации и интеграции сложно переоценить: множество организаций занимаются производством и торговлей, товары которых появляются на рынке всех стран мира. За счет логистики выполняется множество функций и задач, которые позволяют упростить и оптимизировать внутренние процессы, и тем самым обеспечивают устойчивость и конкурентоспособность многих организаций. Использование логистических процессов позволяет организациям колоссально сокращать издержки на транспортировке и хранении продукции, ускорять процессы снабжения и сбыта, снижать себестоимость производственных процессов, а также, несомненно, повышают удовлетворенность потребителей в качестве сервисного обслуживания.

Как следствие, можно сказать, что логистика охватывает весь спектр деятельности предприятия: планирование, реализацию, контроль затрат, перемещение и хранение производственного сырья предприятия. Но, стоит отметить, что каждая задача логистики выполняет определенные функции. Функции логистики многогранны, у неё действительно много ролей и обязанностей. И связаны эти функции не только с транспортировкой продукции с места производства до места сбыта. Далее рассмотрим основные функции логистики и определим их значение для организации:

1. Функция транспортировки (по-другому, доставки). Универсальной трактовкой понятия «логистика» является такая система, которая позволяет быстро и точно в срок доставить товар от места производства до конечного потребителя. Именно поэтому функция транспортировки является ключевой в системе логистических процессов, так как любой товар должен быть доставлен с учетом строго регламентированных правил и временных рамок. Иначе говоря, товар должен быть доставлен в определенное место к определенному времени без задержек.

2. Функция хранения и складирования товара. Эту функцию можно констатировать следующим образом: любой груз подвергается временному

хранению на складах и логистических центрах перед тем, как прибыть в место сбыта. Значение функции хранения и складирования также связана с тем фактом, что она обеспечивает стабильное и равномерное предложение товаров на рынке, пока прослеживается временной разрыв между производителями и потребителями.

3. Функция упаковки и распределения продукции. Функция упаковки заключается в том, что любой груз подвергается воздействию внешней среды, и для того, чтобы защитить груз в целостности и сохранности, используют упаковочные средства с целью его защиты при транспортировке. Что же касается функции распределения, стоит отметить, что основополагающей целью данной функции является подготовка груза к продаже и увеличение ее добавленной стоимости за счет применения различных операций, которые реализуются в логистическом центре во время отправки.

4. Функция информатизации. В современном мире, с учетом глобализации и развития цифровых технологий, информационные системы стали незаменимыми программами для множества крупных организаций. Неотъемлемым элементом, протекающих в логистике процессов, стала система WMS (с англ. «система управления складом»), с помощью которой выполняется внушаемая доля логистических операций, например, управление складом, управление потоками грузов, их оформление и отслеживание, что позволяет решить множество логистических проблем и оперативно реагировать на технические сбои.

5. Функция сбыта. Функция сбыта заключается в том, что логистическая компания несет полную ответственность за качество хранения груза, его транспортировку и сроки выполнения заказа на основе двустороннего договора. Такого рода ответственность наступает с момента передачи со стороны производителя определенного груза логистическому центру, а заканчивается в момент доставки до места сбыта. Поэтому одним из основных критериев успешного осуществления сбыта продукции – это сбыт продукции точно в срок – согласно временным рамкам.

Таким образом, можно сделать вывод, что логистика представляет собой процесс не только перемещения товара от производителя до потребителя, но и множество совокупных функций, которые также реализуются в процессе перемещения товаров по цепочке поставок организации. Логистика выполняет широкий круг задач, и на сегодняшний день ни одна современная организация не имеет возможности бесперебойно и эффективно работать без логистических процессов. Однако, логистический процесс движения товаров включает в себя широкий спектр функций, которым необходимо оперативно и грамотно управлять, и только в этом случае возможно достичь требуемого результата и уровня эффективности организации.

Литература

1. Безрукова, О. А. Роль логистики в деятельности предприятия / О. А. Безрукова // Современное общество, образование и наука: сборник научных трудов по материалам Международной научно–практической конференции: в 9 частях, Тамбов, 30 июня 2019 года.–Тамбов: ООО "Консалтинговая компания Юком", 2019.–С. 28–30.

2. Болотов, Н. Н. Сущность, задачи и функции логистики / Н. Н. Болотов // Аллея науки.–2020.–Т. 1.–№ 10(49).–С. 225–228.

3. Войткевич, Н. И. Цели и функции распределительной логистики / Н. И. Войткевич // Вестник УГТУ–УПИ. Серия: Экономика и управление.–2018.–№ 5.–С. 18–25.

4. Масленников, М. А. Роль логистики в развитии бизнеса / М. А. Масленников // Новая наука: Проблемы и перспективы.–2020.–№ 121–1.–С. 142–147.

Дё Э.А.

Н. рук.: ст. преподаватель Файзханова А.Л.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ МАГАЗИНА «МАГНИТ»

Оценка эффективности управления товарными запасами АО «Тандер» магазин «Магнит» выявил следующие недостатки: в самую проблемную группу товаров (в группу CZ) попали товары для дома, дачи и авто; оборачиваемости товарных запасов по числу оборотов снизился с 13,1 до 12,1 оборота. Это свидетельствует об избытке товарного запаса и неэффективном управлении складом; издержки складской грузопереработки магазина «Магнит» ежегодно увеличиваются.

Для снижения остатков проблемной группы товаров, а также увеличения продаж, предлагается продавать группу товаров для дома со скидкой 30%. Прогнозная выручка магазина «Магнит» при предоставлении скидки на товары для дома составит 12094,1 тыс. руб.

Для повышения эффективности управления складом и снижения издержек складской грузопереработки, внедрить программу VMI (Vendor Managed Inventory). VMI находится в «облаке» и не требует для развертывания приобретения и настройки дорогостоящего оборудования. При этом вместе с ПО АО «Тандер» магазин «Магнит» получает круглосуточную техподдержку, бесплатный отдел программистов и гибкое решение, которое реализуется с учетом индивидуальных особенностей бизнеса. Также, размер издержек складской грузопереработки АО «Тандер» магазин «Магнит» неразрывно связан с эффективностью работы сотрудников. Поэтому необходимо ежегодно проводить собеседование всего персонала магазина, что дает возможность определить его уровня мотивации и выявить соответствие компетенции сотрудника занимаемой должности.

Эти мероприятия позволят повысить эффективность магазина.

Зайцев К.Г., Исмагилова К.А.

Н. рук.: ст. преподаватель Исмагилова Э.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПРИЕМУЩЕСТВА ПРИМЕНЕНИЯ 3D-ПЕЧАТИ В САМОЛЕТОСТРОЕНИИ

Трехмерная печать является одной из самых перспективных инноваций применяемых в современных технологиях проектирования и мелкосерийном производстве. 3D-принтер – это устройство, которое создает объемный предмет на основе виртуальной 3D-модели. [1, С.557]

Широкое применение получил 3 D-принтер в самолетостроении. На принтере создают не подставки для стаканчиков, а действительно важные детали. Изготовление комплектующих на постоянной основе осуществляется для Airbus A350 (титановый кронштейн) и Boeing 787 (30 деталей). Положительны стороны печати:

1) 3 D-принтер облегчает детали. Это важно для самолетов: сэкономленный вес можно использовать для дополнительных пассажирских или багажных мест.

2) Экологичность. Отходов при печати нет.

3) Создание сложных запчастей, которые не сделаешь с другой технологией.

4) Можно производить в небольших партиях.

Стоит отметить, что на 3D-принтере вряд ли когда-нибудь будут печатать детали, которые дешево и быстро изготавливаются с помощью стандартных технологий.[2]

Список использованных источников:

1. Технологии 3D-печати: преимущества и недостатки [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-3d-pechati-preimuschestva-i-nedostatki/viewer/> , свободный - дата обращения 10.11.2022 г.

2. Безопасно ли печатать двигатели самолетов на 3D-принтере

[Электронный ресурс] Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/6066d7089a79474a1792a375/>, свободный - дата обращения 10.11.2022 г.

Зарипова А.И.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

СИСТЕМА 5S В БЕРЕЖЛИВОМ ПРОИЗВОДСТВЕ ЛОГИСТИКИ

Несомненно, любой руководитель предприятия задавался вопросом о том, как добиться того, чтобы прибыль фирмы росла и в то же время затраты не менялись. На помощь приходит система 5s, целью которой является рациональное использование внутренних резервов. Она является одной из базовых принципов бережливого производства. Система 5s была разработана и применена на практике в Японии в середине 50–х годов 20–го века в условиях дефицита. Именно эта система основывается на принципе, не требующих затрат. Сотрудник предприятия должен полностью оптимизировать свое рабочее место. Таким образом, предприятие добьется увеличения прибыли производства и роста доходов всех сотрудников. Идею о внедрении 5s в предприятии восприняли всерьез руководители организаций всего мира.

Система 5s основывается на пяти шагах, которые необходимо выполнить для достижения успеха своего предприятия. К системе 5s относят сортировку, соблюдение порядка, содержание в чистоте, стандартизацию и совершенствование. Казалось бы, в этом нет ничего сложного. Возможно, именно поэтому она не внушает доверия некоторых организаций. Разберем каждый шаг по отдельности.

Сортировка. Принцип основывается на оптимизации рабочего места, а именно – сортировки вещей на необходимое и обходимое. От обходимого следует избавиться, чтобы не заполнять свое рабочее место ненужными вещами. Необходимое следует разделить на несколько частей, к примеру используемые часто и постоянно, используемые редко и почти не

используемые. Я уверена, что у большинства людей бывает такое, что рабочее место заполнено различными бумажками, стикерами, ручками, книжками, черновиками и прочими ненужными вещами. Если Вы используете принцип сортировки, то сразу сможете заметить то, как удобнее стало находить важные документы и принадлежности. Помимо этого, ваше рабочее место всегда будет в чистоте.

Соблюдение порядка. Принцип основывается на определенном порядке необходимых вещей. Используемые часто и постоянно должны находиться на виду, где-то рядом. Используемые редко можно расположить в ящиках, подписав то, что там будет находиться. Таким образом, Вы всегда будете знать где лежат необходимые вещи и в любой момент сможете найти необходимый документ.

Содержание в чистоте. Принцип основывается на соблюдении чистоты на рабочем месте. Это мы делаем регулярно, но надо учесть то, что на производстве порядок так же должен сохраняться. На производстве осуществлять порядок желательно два раза в день как минимум. Например, в обеденный перерыв и вечером, после окончания рабочего дня.

Стандартизация. Принцип основывается на введении точных инструкций, планов работ и контролем над этими процессами. Благодаря этому, у Вас выработается привычка соблюдать порядок на рабочем месте, и Ваша производительность станет гораздо выше.

Совершенствование. Принцип основывается на стремлении усовершенствовать процесс работы на рабочем месте. Это не значит, что начальник должен заставлять или же принуждать Вас соблюдать эту систему. Работник должен сам понимать важность этой системы и проявлять интерес, независимо от должности.

Неудивительным может быть то, что предприятие способно совершать ошибки при внедрении данной системы. Давайте разберем ошибки, которые могут возникнуть при внедрении системы 5s. Одной из распространенных причин является отсутствие мотивации у сотрудников. Незаинтересованность

руководителя во внедрении системы 5s так же играет свою роль. На отсутствие результата влияет и отсутствие командной работы, которая могла бы придерживаться одной цели. Хочу отметить и то, что руководитель может не до конца понять суть системы 5s, впоследствии чего могут возникнуть сбои в налаженных процессах производства.

Взаимосвязь логистики и данной системы заключается в том, что логистика управляет потоками, а система 5s отвечает за эффективность работы. Благодаря данной взаимосвязи управление потоковыми процессами станут эффективнее. Однако использование каждого шага системы по отдельности не дадут наилучшего результата в логистике. Необходимо использовать систему 5s поэтапно, не исключая ни один шаг. При таких условиях результат всего производственного потока не заставит себя ждать.

Рассмотрим то, каким образом может помочь данная система пяти шагов в логистике. Помимо того, что на рабочем месте всегда будет порядок и рабочий процесс станет эффективнее, у сотрудников выработается стремление к цели и развитию. Логистическим компаниям следует обратить внимание на данную систему для совершенствования процессов компании, обеспечения безопасности, комфорта, снижения затрат и повышения производительности труда.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что внедрение системы 5s скажется положительно на результатах компаний.

Исмагилова К.А.

Н. рук.: ст. преподаватель Исмагилова Э.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

МАССОВЫЙ ПЕРЕХОД НА ЭДО

1 сентября знаковый день не только для школьников, но и для всей транспортной отрасли, потому что запустилась государственная система электронных перевозочных документов. Переход транспортных компаний на

электронный документооборот – это важнейший этап развития отрасли, который позволяет государству повысить прозрачность рынка и увеличить доходы бюджета.

Онлайн можно оформить:

- 1.Транспортную накладную.
- 2.Сопроводительную ведомость.
- 3.Заказ–наряд.

Преимущество документы можно подписать удаленно с помощью электронных подписей. И самое удобное и экологическое– документы не нужно распечатывать. Если налоговая полиция или Ространснадзор захотят проверить документы, то смогут посмотреть их в системе, а это значит что водителям не придется возить с собой бумажные копии. Положительные стороны на этом не заканчиваются, благодаря ЭДО можно уменьшить расходы на печать и доставку документов до 90%. Также можно контролировать статус документа: доставлен, подписан, отказан в подписи.

Как подключить ЭДО:

- 1.Выбрать оператора и заключить договор
2. Оформить квалифицированные электронные подписи
- 3.Закупит оборудование (Планшеты, смартфоны)

На данный момент переход на Эдо добровольный, но возможно через некоторое время всем придется подключиться к системе.

Исмагилова К.А.

Н. рук.: ст. преподаватель Исмагилова Э.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОГО КОРИДОРА СЕВЕР-ЮГ

Грузоперевозки по международному транспортному коридору Север-юг продолжают расти. Маршрут соединяет Россию с Индией через Иран за

последние полгода по нему проехало больше 5 млн. тонн грузов. Это на 55% больше, чем за тот же период в 21 году. В октябре правительство этих стран приняло решение активно развивать проект, в планах достроить недоделанные участки железных дорог, унифицировать перевозочные документы и обустроить пункты пропуска на границах. Раньше потенциал транспортного коридора использовался не полностью, обычно грузовладельцы и экспедиторы предпочитали маршрут через порты балтийского и Азовского моря. На данный момент транспортный коридор Север-юг открыл новые направления:

- 1) Пакистан.
- 2) Персидский залив.
- 3) Средняя Азия.

А также в планах наладить отношения с Европой через Турцию и Азербайджан.

В октябре дочерняя компания «РЖД» организовала отправки поездов с грузами, уже на регулярной основе. Маршрут проходит от подмосковного города Чехов до Иранского порта. В планах компании организовать такие отправки с периодичностью раз в месяц и увеличить частоту перевозок.

Исмагилова К.А.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ТЕНДЕНЦИИ, ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО АВТОТУРИЗМА

Развитие внутреннего туризма может дать значительный эффект при котором государство получает движение денежного оборота и оседание многомиллиардных денежных средств в стране. Всеобщее повышение цен на туристическую инфраструктуру, недоступность для категорий населения с низкими доходами поездок общественным пассажирским транспортом ставит вопрос об организации самостоятельного отдыха граждан. Развитие

внутреннего туризма должно поддерживаться не только в рамках сферы туризма федеральными программами, но и быть поддержан промышленными отраслями изготавливающими технику и технологии способствующую дальнейшему развитию отрасли как, например производство автокемперов. Работа содержит исследование-опрос в котором участвовало 500 человек, средней возрастной группы от 25 до 50 лет касающийся организации самостоятельного отдыха населения. Данное исследование показало, что у 78% опрошиваемых есть желание приобрести жилой автоприцеп. Результаты проведенного опроса показали, что данный вид отдыха имеет достаточное внимание у граждан и может быть очень востребован среди населения. Также по результатам опроса мы выявили предпочтения в комплектации автоприцепа, что позволяет определиться с базовой комплектацией автоприцепа. Данное исследование может, стать анализом для внедрения на предприятиях возможности антикризисного производства (кемперов), как продукта на фоне поиска возможностей приложения своих мощностей и инвестиций.

Новизна проекта заключается в популяризации транспортных средств – кемперов для организации самостоятельного отдыха граждан и проведении исследований по актуальности автопутешествий и возможности создания антикризисного продукта на фоне поиска инвестиционных вложений.

Недостаток автокемперов российского производства должно стать стимулом для российского товаропроизводителя в том, что это новый рынок и ниша не освоена. Производителями кэмперов могут стать заводы по производству речных и морских судов, железнодорожных вагонов, автозаводы, авиасудов, а так же крупные и средние предприятия, имеющие близкую специализацию и мощности позволяющие организовать соответствующее производство.

Идея проекта заключается в рассмотрении возможностей и интереса населения к организации отдыха через автотуризм и возможности предоставить потребителю товар, который будет пользоваться спросом.

Исмагилова К.А.

Н. рук.: ст. преподаватель Исмагилова Э.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ЧАСТИЧНАЯ МОБИЛИЗАЦИЯ В ЛОГИСТИКЕ

21 сентября в России объявили частичную мобилизацию, после этой новости тысячи россиян попытались выехать из страны в Грузию, в Монголию, в Финляндию и в Казахстан. Из-за чего на сухопутных границах с Российской стороны образовались огромные пробки. В данный момент хуже всего дела обстоят на границе с Грузией. Последние полгода на контрольно-пропускной пункт «Верхний Ларс» наблюдались длинные заторы, ситуация усугубилась с начала мобилизации. На конец октября въезда в Грузию ожидают больше 5000 машин, в том числе большегрузы. Вследствие пробок могут начаться серьезные перебои в логистике. На этом фоне Минпромторг рекомендовал торговым сетям не штрафовать перевозчиков за срывы поставок, к сожалению, мера носит рекомендательный характер, но поставщики настаивают, чтобы моратории на штрафы закрепили в межотраслевом соглашении.

Очереди на пересечении границ не единственное, с чем пришлось столкнуться Российскому транспортному бизнесу. Более глобальная проблема – потенциальный дефицит кадров. Минобороны России опубликовал список отраслей, работники которых не попадут под частичную мобилизацию. Среди них занятых в IT-отрасли, в системах образующих СМИ и еще несколько категорий, транспорт и логистика в этот перечень не вошли. Поэтому работники этих отраслей не могут рассчитывать на отсрочку. Сотрудники транспортных компаний получают повестки, соответственно транспортная отрасль сталкивается с нехваткой водителей, а учитывая то, что для логистики начинается высокий сезон кадровый вопрос станет критичным.

Кадыров К.И., Торлопов Л.В.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Только открытая и равная конкуренция, соответствие между предпринимательской инициативой и экономическим успехом, являются причинами появления новых технологий. Здесь мы рассматриваем собственника как объективно необходимый элемент развитой хозяйственной системы, как неотъемлемую часть инновационного характера экономики, как двигатель прогресса, как его осто́в, придатком которого является государство.

Положение государства в сфере свободной торговли менялось неоднократно, от утешительной роли ночного сторожа до аттрактора в странах одного собственника. Существование какого бы то ни было частного сектора не в последнюю очередь возможно благодаря правовой договорённости с государством. Всё это призвано удовлетворить желания профсоюзов, фермеров, торговцев и т.д. путём сотрудничества с органами власти, являющихся автономными, но имплицитно и анатомически функционирующих вертикально.

Благодаря отлаженной работе логистической системы происходит оптимизация социально–экономических процессов, приводящие к увеличению ВВП и внешнеторгового оборота, увеличению занятости и эффективности трудовых ресурсов, уменьшение себестоимости продукции, её конкурентоспособности, а также повышение благосостояния граждан страны.

Неоправданный рост издержек, падение цен и уменьшение прибыли – общая симптоматика недобросовестной эксплуатации аппарата государственного регулирования. Нам предстоит соединить начало и конец, катить тяжёлый камень в гору, инвестировать в качество, для того чтобы начать процесс реанимации логистической системы. В основе каждого экономического цикла лежит кризис. Смягчение последствий кризисного периода есть цель антициклического регулирования экономики. Государство

имеет немалые возможности для противодействия изменениям, связанным с инфляцией и безработицей, изменения конъюнктуры и продолжительности некоторых фаз цикла. С помощью качественной антициклической политики, политики «дешёвых» денег и «дешёвого» кредита, допустимо почти безболезненно пережить рецессию.

Роль государства в системе логистики производства трудно переоценить, особенно трудно, когда мы говорим о влиянии последнего на социально–экономические аспекты жизни – о том упоминалось ранее. Существенную инвестицию в производство оказывает финансовая инфраструктура поддержки производств по выработке логистических технологий. Следовательно, для обеспечения устойчивого экономического роста, что коррелирует с качеством архитектуры логистической системы, требуется разработка стратегии, соответствующие всем трендам сквозных технологий. Диспозитив государственного регулирования располагает теми ресурсами, которые оказываются необходимы для реализации задуманного.

Когда мы говорим о политике, мы прежде всего обращаем внимание на экономику. Когда мы говорим об экономике, нас мало интересует политика, потому что все и так очевидно: богатые страны котируются выше, чем бедные, и теми же пропорциями оценивается их влияние на международной арене. Экономика – это судьба. Нет ничего важнее экономики — это позиция сформировалась под влиянием двух полярных идеологий, коммунистической и либеральной, в тот самый момент, когда деньги стали мерой всех вещей, подчинили себе политику, историю и общество, в тот самый момент, когда произошёл генезис нынешней политической парадигмы. Мы отказываемся от сочувствия к XX веку, аккумулировавшему весь свет в одно большое США, ставшему, к тому же, еще и «концом истории» – эпохой современного цезаризма.

Литература

1. Государственное регулирование экономики: учебное пособие / А. М. Ощепков; Пермский государственный национальный исследовательский

университет. – Пермь, 2021. – 130 с.

2. Дадаян, А.С. Место и роль индивидуальных предпринимателей в функционировании в финансово–экономической системе государства // Economics and Law. –2016. –№9. –С. 91–93.

3. Конец экономики / Александр Дугин. – СПб.: Амфора. ТИД Амфора, 2020. – 479 с.

Казакова В.С.

Н. рук.: ст. преподаватель Рабазанова А.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ВОЗМОЖНОСТЬ ЗАМЕНЫ ИСКУССТВЕННЫМ ИНТЕЛЛЕКТОМ ЛЮДЕЙ В ПРИНЯТИИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

В эпоху индустрии 4.0 всё острее встаёт вопрос о замене человеческой деятельности на роботизированную. Этично и возможно ли это?

Традиционно глобальная логистическая индустрия представляет собой отрасль физической инфраструктуры с огромными инвестициями в основные фонды. Большинство рабочей силы неквалифицированы или полуквалифицированы. Итог – большая часть инвестиций в технологии отводилась на операционные функции. Появление концепции SCM кардинальным образом изменило ситуацию, т.к. компаниям нужно было находиться в единой цифровой среде с передачей информации в режиме реального времени. В течении нескольких лет фирмы совершали огромные инвестиции в технологические стартапы, чтобы цифровизировать различные звенья цепи поставок. Менее чем за 10 лет логистика сделала прыжок от недостатка информации до её переизбытка.

Несмотря на все положительные стороны технологий, принятие решений человеком продолжает играть центральную роль в большинстве логистических операций, особенно по части ответов на исключения. Ярким примером выступает блокировка Суэцкого канала контейнеровозом “Эвер Гивен” 23

марта 2021 г., что по данным Lloyd's List, вызвало многодневный коллапс мировых грузоперевозок. Подобные проблемы сейчас способен решить только человек.

Но при применении человеческой силы наружу выходят ряд проблем: ограниченное число профессионалов; фрагментация; недостаток инвестиций.

На современном этапе технологии работают как ассистент человека в логистике. Роботы будут продолжать играть данную роль, но логистика требует инвестиции в человеческие ресурсы.

Каптелев А. О.

Н. рук.: ст. преподаватель Рабазанова А.А.

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ВЛИЯНИЕ СЕТЕЙ 5-ОГО ПОКОЛЕНИЯ НА ЛОГИСТИКУ

Технология 5G – это пятое поколение беспроводных сетей передачи данных. 5G будет передавать данные на более высоких скоростях, чем предыдущие поколения, с меньшей задержкой и большей надежностью.

Отрасль, на которую сети 5G окажут значительное влияние, является логистика. 5G будет иметь далеко идущие последствия для судоходных и транспортных технологий, делая их более эффективными, чем когда-либо прежде.

Передовые системы данных и информации необходимы для операций цепочки поставок, поскольку они позволяют принимать более точные и своевременные решения, что приводит к повышению производительности и удовлетворенности клиентов.

5G станет основным способом связи с транспортными средствами. Скорости 5G позволят создать более эффективную систему передачи данных между средствами передвижения с поддержкой 5G и придорожными единицами с поддержкой 5G.

Сокращение времени, необходимого для отправки и получения

сообщений, устранит задержки и улучшит поток трафика. Благодаря механизму шифрования скорости 5G также обеспечивает большую безопасность, потому что они невосприимчивы к хакерским атакам. Высокая пропускная способность сетей 5G дает значительное преимущество для логистической сферы.

Курняева Д.С.

Н. рук.: ст. преподаватель Рабазанова А.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Республика Татарстан

ВИРТУАЛЬНАЯ ЦЕПЬ ПОСТАВОК, КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ КОМПАНИИ

Развитие новых технологий, как правило, даёт наилучшие варианты для выполнения каких-либо задач. В логистические системы были внедрены технологии, и появились так называемые виртуальные цепи поставок (Virtual Supply Chain), сочетающие компьютерные структуры и временно организованные сети цепей поставок для моделирования всех аспектов и элементов цепи поставок. VSC имеет возможность продемонстрировать и обнаружить вероятные трудности, образующиеся в случае конфигурации спроса, недостатка ресурсов и иных сбоях в управляемых цепочках поставок.

Цепь поставок виртуальной реальности предлагает ряд преимуществ, направленных на повышение производительности и эффективности логистической системы фирмы. Такая цепочка позволит компаниям функционировать, не как разрозненные подразделения, а как отделы единого подразделения. Она обладает гибкостью, позволяющей быстро принимать решения и реагировать на изменения в бизнес-среде. Благодаря высокой клиентоориентированности способствует достижению целевых показателей удовлетворенности клиентов. Информация, приобретённая от VSC, имеет возможность обнаружить неэффективные процессы, нежизнеспособные продукты или же неоптимальные маршруты. VSC также предоставляет возможность запускать моделирование, чтобы наметить оптимальный курс. По

мере постепенного развития новых технологий, таких как блокчейн и искусственный интеллект, добавлять и интегрировать новые приложения в VSC будет намного проще.

На сегодняшний день усиление конкуренции и неопределённость внешней среды делают построение и управление цепями поставок с наибольшей эффективностью очень трудной задачей. Таким образом, виртуальная цепь поставок считается массивным инвентарём, повышающим эффективность логистической системы за счёт такого обилия качеств и превосходства, которыми она владеет. В будущем VSC станет цифровой «нервной» системой расширенного предприятия. В конечном итоге она будет включать обратную связь и прямые сигналы к различным устройствам Интернета вещей, дронам, беспилотникам и системам искусственного интеллекта.

Литература

1. Постернакова М.И., Эльяшевич И.П. Виртуальные цепи поставок как один из способов повышения эффективности межорганизационной координации // Логистика и УЦП. – 2015. – №4. – с. 69.

2. Пузанова, И. А. Интегрированное планирование цепей поставок. Учебник / И.А. Пузанова. – М.: Юрайт, 2021. – 320 с.

3. Сергеев, В. И. Управление цепями поставок : учебник для вузов / В. И. Сергеев. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 480 с.

4. Виртуальная Цепочка Поставок (VSC) – СИИ Институт логистики : [Электронный ресурс] / (Дата обращения: 18.10.2022) – Режим доступа: <https://ciiscmconnect.com/about/about-cii-institute-of-logistics/>

5. Метавселенная планирования цепочки поставок: создание виртуальных цепочек поставок : [Электронный ресурс] / (Дата обращения: 18.10.2022) – Режим доступа: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2022/07/12/the-metaverse-of-supply-chain-planning-creating-virtual-supply-chains/?sh=597426aa2434>

Логинова А. С.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

СОВРЕМЕННЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ

Роль логистики в сфере международного бизнеса невозможно переоценить. Чётко прослеживаемая в современном мире стремление к глобализации способствует развитию логистических систем. Современная международная логистика напрямую связана с управлением межгосударственными цепями поставок, которые в свою очередь являются основой международной торговли и представляют собой сложную последовательность скоординированных действий. Логистические процессы включают в себя организацию грузоперевозок, складских операций, таможенных процедур, взаиморасчётов, и прочих вспомогательных функций.

Несмотря на то, что логистические операции осуществляются частными операторами, проблемы международной логистики озадачивают правительства многих государств, так как без государственного вмешательства и решения вопросов логистики на международном уровне, невозможно осуществить оптимизацию и эффективную организацию логистических процессов.

Неравномерный уровень развития многих стран создаёт помехи эффективному развитию международной логистики.

Международная логистика развивается определёнными темпами. И хотя в сфере оптимизации логистического процесса многое уже сделано, препятствий на пути к глобальной логистике остаётся достаточно.

Сложность приобретения доступной информации об особенностях конкретных рынков, ценообразования и особенностях конкуренции на них относятся к числу конкурентных рыночных барьеров на пути к глобализации международной логистики.

Законодательные ограничения и технические препятствия на пути ввоза

продукции сильно усложняют оптимизацию внешнеэкономической деятельности.

Ценообразование в международной логистике очень сильно зависит от колебания курсов валют. Фактор, связанный с колебанием курсов может влиять на участников международных логистических отношений как благоприятно, так и крайне негативно.

Традиционные препятствия образуют таможенные пошлины и тарифы, которые налагают двойные ограничения на внешнеэкономическую деятельность. Таможенные платежи затрудняют планирование логистической деятельности, поскольку под их влиянием объёмы и направления товарных потоков могут стремительно изменяться. Пошлины являются дополнительным элементом затрат, который следует принимать в расчёт, при оценке стоимости зарубежных источников поставок. Кроме того, таможенные тарифы – это политический инструмент, который легко поддаётся изменению при смене экономической политики правительства.

Большинство крупных компаний, принимающих участие в международных операциях, стараются адаптироваться в высоко конкурентной среде, однако различия между странами в правилах, регламентирующих конкуренцию, остаются большой проблемой международной логистики.

Международная логистика чрезвычайно восприимчива к различным природным катаклизмам и при их возникновении, ритм деятельности участников логистических процессов может существенно нарушиться, а затраты на всех этапах логистических цепей, возрасти.

На международную логистику влияет также различие в национально–культурных обычаях и традициях многих стран. В данном случае наглядным примером служит время праздника весны в Китае, который длится на протяжении нескольких недель. При этом в основном вся логистическая деятельность, связанная с взаимоотношениями с китайскими партнёрами на международной арене, приостанавливается.

Россия в системе международной логистики занимает особое место.

Интерес к России со стороны многих государств в качестве партнёра по ведению внешнеэкономической деятельности растёт, не смотря на множество препятствий. За последнее десятилетие в логистической политике России произошло много изменений, направленных на качественное улучшение как внутренней, так и международной экономической деятельности. Были отстроены современные грузовые и складские терминалы, открыты новые железнодорожные станции, улучшилось состояние дорог, наладилась работа банковской системы, связанная с осуществлением валютных операций. Но несмотря на все эти положительные изменения, пока что Российская сфера организации цепей логистики значительно отстаёт от многих развитых государств.

Таким образом, наиболее важной задачей международной логистики является создание надёжных логистических цепей, которые позволили бы минимизировать затраты на перевозку и существенно сократить время пути товара от производителя к потребителю. Для того, чтобы осуществлять эффективные решения в данном аспекте, представителям различных государств следует решать данные задачи на международном уровне, разрабатывать и внедрять единые стандарты, связанные с логистическими операциями, взаиморасчётами, вопросами бережливого обращения с окружающей средой при осуществлении деятельности по перевозкам и складированию большого количества товаров.

Не менее важным фактором для решения проблем международной логистики является повышение качества образования специалистов всех уровней, принимающих участие в логистических процессах. Кроме того, все новшества отрасли внешнеэкономической деятельности должны оперативно внедряться в логистический процесс. Развитие и усовершенствование информационных систем, гибкость и адаптивность системы бизнес-процессов, а также грамотные и своевременные действия, обеспечивающие непрерывную связь информационных технологий с многогранными этапами логистики, будут способствовать решению многих проблем международной логистики, пока ещё

существующих в современном мире.

Маданова М.П.

Н. рук.: ст. преподаватель Рабазанова А.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОПТИМИЗАЦИЯ ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК И КРОСС-ДОКИНГ

В наше время людям необходима быстрая и менее затратная доставка от производителя к клиенту. Оптимизированная цепочка поставок способствует более эффективному и экономичному способу доставки продукции от производителя к конечному потребителю. Эффективность логистических операций цепей поставок зависит от взаимодействия между собой всех элементов данной цепи. Одной из главных задач складских операций бережное хранение груза, что является очень трудоемким и энергозатратным процессом, на него уходит много времени и сил, соответственно отсюда и возникают задержки в доставке товаров. Внедрение технологии кросс–докинга может стать отличным решением в данной проблеме и снизить складские издержки.

Кросс–докинг означает минимизацию времени складского хранения в процессе доставки. Когда транспортные и логистические компании используют кросс–докинг, продукты практически не хранятся на складе, но выходят из одного вида транспорта и сразу же поступают в другой. Например, продукты, прибывающие контейнеровозом, немедленно разгружаются и перегружаются в поезда, чтобы продолжить свой путь.

Часто при доставке требуется некоторое время и место на складе для кратковременного хранения продуктов. Складирование увеличивает время, расходы и сложность доставки, хотя это часто необходимо. Если кросс–докинг возможен, то кросс–докинг делает доставку быстрее, проще и дешевле и является одной из многих переменных, влияющих на оптимизацию цепочки поставок.

Макаров П.А.

Н. рук.: ст. преподаватель Рабазанова А.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ЗНАЧЕНИЕ ЛОГИСТИКИ ПРОИЗВОДСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ

В этой статье будут раскрываться такие понятия, как логистика и ее основные принципы.

Ключевые слова: Логистика, организация, качество, принципы, логистика производства.

Для построения правильного управления предприятием необходимо построение множества процессов управление, одним из них и является логистика. В настоящий момент логистика позволяет добиться более эффективной работы различных частей компании. Данная наука занимает одну из главных ролей как для покупателей, так и для поставщиков и даже владельцев с акционерами. Логистика охватывает почти всю организацию.

Основными целями логистики производства будут считаться:

1. Перемещение ресурсов во всех этапах производства.
2. Повышение качества и удешевление производства продукции.

При помощи логистики можно добиться снижения запасов на складах, снижение затрат на производство продукции, увеличение продаж.

Основные принципы логистики: уменьшение запасов; уменьшение простоев; уменьшение брака; уменьшение производства продукции, у которой нет покупателей; заключение долгосрочных отношений с поставщиками; уменьшение времени на производство.

Метла Д.В.

Н. рук.: преподаватель Ишмаева Е.Г.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫМИ СЕТЯМИ ТОВАРОПОТОКОВ ООО «МЕТРО»

Логистика информационных потоков – это отрасль логистики, организующая поток данных, сопровождающий материальный поток и являющаяся звеном, связывающим снабжение, производство и сбыт.

Управление информационными сетями в ООО «Метро» осуществляет специалист системной поддержки. Он подчиняется руководителю отдела службы безопасности. В компании ООО «Метро» используются следующие программы: «SAP for retail» (корпоративное управление торговлей и автоматизации бизнес процессов ООО «Метро»), «ECOD» (сервис, который позволяет сотрудникам компании ООО «Метро» вести электронный документооборот), «Т.Р. net» (автоматизирует кассовую систему в единую информационную среду операции, из которых складывается ежедневная работа), «SAF SuperStore» (автоматизации пополнения запасов в розничной торговле, которое позволяет предотвратить дефицит).

Оценка эффективности управления информационными сетями ООО «Метро» показала, что основным недостатком является ежегодное увеличение расходов на обслуживание программ. За 2019–2021 гг. количество используемых кассовых аппаратов ежегодно снижается. За 2019–2021 гг. из-за сбоя программного обеспечения в ООО «Метро» были задержки отправки заявки поставщикам, разгрузки машин, документооборота, выкладки товаров, а также сбой в работе касс.

Для совершенствования управления информационными сетями товаропотоков ООО «Метро» предложено отказаться от программы «SAP for retail» и перейти на российскую программу «Битрикс24», а также отключить 5 ед. касс для снижения затрат на их обслуживание.

Мирсаетова Д.А.

Н. рук.: Осипов Д.В.

Нижекамский филиал КИУ

г. Нижнекамск, Россия

ПОНЯТИЕ И ВИДЫ ТАМОЖЕННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ В ТАМОЖЕННОМ СОЮЗЕ

В связи с осуществлением таможенного регулирования в Таможенном союзе таможенными органами взимаются обязательные платежи, образующие понятие «таможенные платежи». При ввозе товаров на таможенную территорию Таможенного союза взиманию подлежат ввозная таможенная пошлина, НДС и акциз (если они установлены на данный товар), таможенные сборы. При вывозе – вывозная таможенная пошлина, таможенные сборы.

На сегодняшний день в российском таможенном законодательстве нет единого подхода к пониманию таможенных платежей, в частности, какие платежи в них включаются: только ли таможенные пошлины и налоги или еще и таможенные сборы. Нужно отметить, что основным таможенным платежом является таможенная пошлина. Следовательно, можно сделать вывод, что по российскому таможенному законодательству антидемпинговая, компенсационная и специальная пошлины не являются таможенными платежами, т. их введение является следствием применения мер нетарифного регулирования.

Таким образом, понятие «пошлина» можно поделить на две группы. В первую группу входят ввозная и вывозная таможенные пошлины. Во вторую - специальные, антидемпинговые и компенсационные пошлины. На современном этапе развития института таможенных платежей необходимо привести к единообразию понятийный аппарат, связанный с определением таможенных платежей и четким перечнем видов таможенных платежей, а также, в определении таможенно-тарифного правоотношения раскрыть понятие «таможенные пошлины» путем перечисления платежей, входящих в это определение.

Мишина Д.Е.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ АУТСОРСИНГА ЛОГИСТИЧЕСКИХ ФУНКЦИЙ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Нынешний этап развития мировой экономики характеризуется углублением и расширением международных отношений, активизацией процессов независимого входа экономических субъектов на международные рынки.

Конкурентная борьба становится основным содержанием современной экономической системы, основанной на рыночных механизмах. Компании сталкиваются с беспрецедентным давлением конкуренции на мировом рынке. Выжить и преуспеть только тем, кто ведет бизнес самым эффективным способом, найти способы снижения транзакционных издержек при сохранении высокого качества товаров и услуг и расширения сферы их интересов.

Проблема развития логистической системы России включает в себя еще несколько конкретных задач, которые не только и не столько для отечественных научных школ в этой области, но и для государственных регуляторов. Одним из наиболее важных, по нашему мнению, в этом списке является задача развития логистического аутсорсинга.

На данный момент, с прибытием в Россию крупнейших западных компаний – производителей и ритейлеров, возникла необходимость в профессиональных услугах логистики. Поэтому спрос на этот вид услуг у российских компаний растет. Основные тенденции развития рынка подтверждены результатами ежегодных исследований. Среди них имеется ряд крупных зарубежных и отечественных ресурсов:

– ежегодный аналитический обзор результатов развития логистики в соответствии с методологией Всемирного банка (индекс эффективности на английском языке);

– индекс развития рынка логистики на развивающихся рынках (индекс развития английского рынка для развивающихся рынков, сокращенный – EMLI), разработанный исследовательским институтом «Транспортная разведка» (Великобритания);

– годовой отчет о состоянии логистики, представленный Советом специалистов по управлению цепочками поставок;

– «Российский рынок транспортных и логистических услуг» от РБК и аналогичные исследования, проведенные Евразийской ассоциацией логистики.

Исходя из результатов вышеуказанных исследований, можно видеть, что большинство российских предприятий медленно обращаются к услугам 3PL–провайдеров. Сегодня в России не более трети оборота передается на аутсорсинг логистических операторов в рамках 3PL–логистики, а другие собственные грузовые потоки и промышленные предприятия обслуживают самостоятельно. И это несмотря на то, что независимая работа непрофессионалов на рынке логистических услуг довольно дорога. Среди причин этого: отсутствие уверенности в способности аутсорсеров выполнять свои бизнес–функции с меньшими затратами и более высоким качеством, вероятность потери некоторой конфиденциальной информации и отсутствие экономических инструментов для оценки эффективности реализации проектов аутсорсинга.

Что касается ситуации в России, несмотря на то, что концепция 3PL постепенно набирает популярность из–за отсутствия развития внутренних стандартов грузовых перевозок и традиционного недоверия к отечественным компаниям заключать долгосрочные контракты на аутсорсинг, не развиваясь так быстро, как нынешние тенденции глобального спроса на экономику. В основном это связано с проникновением транснациональных логистических операторов на российский рынок на основе собственных корпоративных стандартов и организационных и технологических механизмов, построенных на основе западных нормативно–правовых основ и традиций. Такая схема реализации глобальных услуг приводит к искажению рынка транспорта и

логистики в направлении увеличения использования западной логистической инфраструктуры в ущерб развитию национального рынка логистики.

Основываясь на специфике ситуации на российском логистическом рынке, принимая во внимание мировой опыт, а также принимая во внимание основные тенденции развития логистики и новые требования к поставщикам логистических услуг, мы можем сформулировать основные исследовательские и практические задачи в этой области:

- анализ тенденции развития логистического аутсорсинга в России и за рубежом;
- разработка научно–методических рекомендаций по совершенствованию логистических систем в крупных городах России;
- разработка методологии выбора и реализации оптимальной стратегии для оператора 3PL в конкретном регионе с учетом региональных условий;
- адаптация методов построения вспомогательных систем управления и операторов КРІ 3PL – логистики с учетом внутренних условий.

Решая вышеуказанные проблемы, эта проблема, конечно, не исчерпана, но нам кажется, что она наиболее актуальна на данный момент, и именно эти задачи необходимо решать в первую очередь. Более того, его можно считать частью формирования национальной логистической стратегии.

Назаренко С.С.

Н. рук.: ст. преподаватель Рабазанова А.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ТЕХНОЛОГИЯ БЛОКЧЕЙН В ЛОГИСТИКЕ

С каждым годом современная логистика развивается и усложняется. Цепи поставок растягиваются и требуют больше специалистов, которые будут управлять и контролировать их. Количество информации и участников тоже растет, в связи с чем, компании стали чаще сталкиваться с такими проблемами,

как опоздание информации о товаре, получение неполной информации, ошибки в документах, увеличение периода доставки товара до конечного потребителя и т.п. Все вышеперечисленные проблемы в логистике может разрешить технология блокчейн.

Блокчейн – это последовательная цепочка, которая состоит из блоков. Каждый блок содержит в себе уникальную информацию, которая добавляется в специальную базу данных и становится доступной для всех участников цепи.

Преимущества данной технологии заключаются в том, что она сокращает время документооборота, снижает затраты, защищает информацию от мошенничества, устраняет лишних посредников, тем самым снижая себестоимость товаров.

Такие зарубежные компании, как EverLadger, FedEx, Maersk, которые специализируются на грузоперевозках и торговле дорогостоящих товаров, уже имеют положительный опыт в технологии блокчейн. Российская компания “Газпром нефть” также использовала данную технологию для доставки трубопроводной арматуры на дальнее расстояние. Компания положительно отозвалась о данном опыте и добавила, что продолжит развивать технологию блокчейн для эффективной работы компании.

Американский центр производительности и качества провел исследование и выяснил, что только 1% компаний мира в полной мере используют технологию блокчейн, а 35% только изучают и поэтапно внедряют ее. Такие цифры объясняются новизной технологии блокчейн. Многие компании пока испытывают трудности в ее интегрировании в производственный процесс, однако она считается одной из самых перспективных технологий в области логистики. В логистике очень важно правильно оптимизировать процессы, а технология блокчейн сможет прекрасно справиться с данной задачей.

Новоселова Е. А.

Н. рук.: ст. преподаватель Рабазанова А. А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ВНЕДРЕНИЕ ВОДОРОДНЫХ ТОПЛИВНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ

Использование водородных топливных элементов в качестве источника энергии активно обсуждается в сфере железнодорожного транспорта уже не первый год. Для того чтобы достичь конкурентоспособности и представить обществу экологически нейтральную транспортную альтернативу встает важный вопрос об эффективном использовании и качестве энергоресурсов.

Возможности железнодорожного транспорта сопряжены с возникновением поездов на водородных топливных элементах. Такие железнодорожные составы имеют ряд преимуществ: безопасность, экологичность, дешевизна и простота в обслуживании. В таких странах, как США, Китай, Германия, Франция, Великобритания и ряд других стран уже активно реализуются проекты по созданию водородных поездов.

В России данный проект возглавляют три структуры: ОАО «РЖД», ГК «Росатом» и АО «ТМХ». В 2021 году уже прошла стадия разработки проектной документации. Первый поезд на водородных топливных элементах приступит к перевозке пассажиров уже в 2024 году. Для полигона был выбран остров Сахалин, а базой – рельсовый автобус РА-3 «Орлан». На данный момент стоимость одного вагона водородного поезда оценивается в 188 млн. рублей.

Можно с уверенностью утверждать, что водород – это перспективная энергетическая альтернатива. По мнению объединенного ученого совета РЖД, в Российской Федерации имеется все, что нужно для реализации проекта поездов на водородных топливных элементах. Важнейшим преимуществом вышеупомянутого проекта является то, что снижается негативное воздействие на окружающую среду.

Новоселова Е. А.

Н. рук.: к.т.н., доцент Сайдашева В. А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

В Удмуртской республике, как и в других регионах России, транспорт является важной частью экономической, в том числе производственной инфраструктуры. Транспортная система представлена автомобильным, железнодорожным, воздушным и внутренним водным транспортом, так как Удмуртия находится в междуречье реки Камы и ее правого притока Волги.

Если анализировать транспортную систему в регионе, то можно выделить три основные проблемные зоны: степень износа ресурсов транспортного комплекса довольно явная; в республике отмечается уменьшение перевозимых грузов и пассажиров с 2020 года; на неудовлетворительном уровне находится состояние улично–дорожной сети, отмечается сравнительно низкий уровень инвестиций в транспортную сферу. Также остро стоит проблема пробок на дорогах, низких темпов развития общественного транспорта и организации дорожной сети, как и для ряда остальных регионов в России.

На сегодняшний день в Удмуртской республике реализуются пять программ в сфере дорожной отрасли, где ведутся ремонтные работы на 116 объектах и реконструкции 2 региональных автодорог, также планируется развитие сельских дорог. На основе правительственных программ планируется сделать капитальный ремонт пяти мостов в различных районах республики. С этого года в Удмуртии начали внедрять ИТС – интеллектуальную транспортную систему, согласно которой акцент в первую очередь сделают на мониторинге движения городского общественного транспорта.

В перспективе, Удмуртия, являясь перспективным и экономически важным регионом России, стремится к развитию и совершенствованию. Транспортные коммуникации по размещению и структуре в республике, в

основном, отвечают внутренним и внешним транспортно–экономическим связям.

Список литературы

1. [Электронный ресурс] – Официальный сайт главы Удмуртской республики и правительства Удмуртской республики – <http://www.udmurt.ru/region/transport/>;
2. [Электронный ресурс] – Транспорт Удмуртии 2030 – <http://2030.udmurt.ru/transport/>;
3. [Электронный ресурс] – Реализация интеллектуальной транспортной системы в Удмуртии – <https://udmurt.media/rubrics/obshchestvo/390991-v-udmurtii-nachali-realizatsiyu-intellektualnoy-transportnoy-sistemy/>.

Новоселова Е. А.

Н. рук.: к.т.н., доцент Сайдашева В. А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ

По логистике в России ударил очередной кризис – закрытие воздушного пространства и закрытие границ. В связи с этим необходимо изменять цепи поставок и находить альтернативы прошлым маршрутам. Также нужно быть готовыми к удорожанию стоимости товаров из–за границы для конечных потребителей, так как будут привлекаться еще больше посредников.

Сама цепочка поставок определяется как цепь логистических процессов, реализация которых обеспечивает возможность комплексного управления материальным потоком: от первичного источника сырья до его конечного потребителя, формируя при этом дополнительную потребительскую ценность.

На данный момент текущие цепи поставок являются разрушенными и требующими реструктуризации: если раньше товары поступали в основном из Европы, то сейчас этот поток практически невозможен. Из–за этого

европейские товаропотоки необходимо перенаправить на новые маршруты. В настоящее время этим направлением является транспортный коридор «Европа – Турция – Азербайджан – Дагестан». По данному маршруту приходят грузы, которые ранее поступали через Польшу и Прибалтику. Стоит отметить, что растет транзит и через республики бывшего СССР, в частности, перевозка грузов в РФ из Казахстана и Грузии. С точной уверенностью будут стремительно увеличиваться как прямые поставки из Китая в РФ, так и транзит товаров через страны Центральной Азии. Если в странах также будут находиться распределительные хабы – промежуточные звенья поставок, то это будет дополнительным условием выбора новых транспортных коридоров.

Таким образом, рынку за кратчайшие сроки необходимо адаптироваться под новые условия, создать новые направления доставки товаров, наладить цепи поставок и сформировать новую инфраструктуру.

Список литературы:

1. Борисова В. В., Марковина Е. А. Теоретические основы реструктуризации цепей поставок //Вестник Томского государственного университета. – 2012. – №. 359. – С. 133–134;

2. [Электронный ресурс] – Новая логистическая реальность – <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2022/05/12/921683-logisticheskaya-realnost>.

Носов К.О.

Н. рук.: к.э.н., доцент Хамидуллина Ф.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ ИМПОРТ КАК СПОСОБ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ СРЫВА ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК

В современных условиях функционирования предприятий и организаций, когда сорваны логистические цепочки поставок по причине ввода экономических санкций по отношению к Российской Федерации, параллельный

импорт становится одним из способов решения этой проблемы.

Многие иностранные компании перестали функционировать на территории Российской Федерации, а поставки из-за рубежа были прекращены по причине закрытия так называемыми «недружественными» странами границ и запрета перевозок по территории и воздушному пространству.

Параллельный импорт позволяет осуществлять ввоз необходимых товаров (в том числе сырья, материалов, вспомогательных материалов, комплектующих) в обход авторского права, то есть без согласия производителя или правообладателя, например, покупая у дистрибьюторов.

Такой механизм ввоза товаров в страну без согласия правообладателя товарного знака применяется в странах Европейского Сообщества и США, и ряде стран, по отношению к которым приняты экономические санкции.

В России такая возможность появилась с 29 марта 2022 года, перечень этих товаров утвердило Министерство промышленности и торговли Российской Федерации. Механизм параллельного импорта применяется только по отношению к оригинальным товарам, при этом контроль за соблюдением этого правила возлагается на таможенную службу.

Продажи товаров по параллельному импорту осуществляются наравне с другими обычными товарами. Ответственность за гарантийное обслуживание этих товаров будет нести продавец (магазин, оптовая база), осуществляющий продажи товаров по параллельному импорту.

Писарева С.В.

Н. рук.: к.э.н., доцент Хузина Г.Г.

Чистопольский филиал КИУ

г. Чистополь

ВОПРОСЫ ЛОГИСТИКИ В СФЕРЕ ТРАНСПОРТА

В условиях динамичного развития экономических отношений особую актуальность приобретают вопросы транспортной логистики. Транспортная логистика - это надлежащий контроль за потоком поставок, чтобы клиенты

получали продукцию вовремя, без повреждений и в соответствии с ожиданиями. Транспортная логистика аналогична логистическим перевозкам. Выбор правильного вида логистических перевозок для компании имеет решающее значение для успеха вашего бизнеса, безопасности вашего продукта и счастья ваших клиентов.

Прежде чем выбрать способ логистической транспортировки, необходимо рассмотреть следующие факторы и использовать эту информацию для принятия решения: Во-первых, нужно проанализировать груз. Является ли продукт опасным, скоропортящимся или сложным в обращении? Каковы размеры транспортного контейнера? Эта информация имеет решающее значение для выбора способа доставки, который позволит разместить товары в рамках бюджета. Во-вторых, нужно рассмотреть — куда отправляется груз и его конечный пункт назначения.

Независимо от того, как вы осуществляете доставку, у каждого метода есть свои преимущества и недостатки. Секрет поиска наилучшего варианта транспортировки для вашего бизнеса заключается в понимании этих различий. При правильном выполнении оптимизированная транспортно-логистическая система может улучшить качество обслуживания клиентов и укрепить репутацию бизнеса в отрасли.

Литература

1. Аникин Б.А. Логистика: учебник / Б.А. Аникин. – НИЦ ИНФРА-М, 2021.- 320 с.

Посибеева А.А.

Н. рук.: ст. преподаватель Файзханова А.Л.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

АНАЛИЗ ЛОГИСТИКИ ПРОИЗВОДСТВА КОМПАНИИ

Анализ и оценка эффективности функционирования системы логистики производства ООО «САРИЯ Био-Индастрис Волга» выявили снижение ее

эффективности из-за наличия следующих проблем: посторонние включения; патогенные микроорганизмы; нарушение технологии дробления; завышение показателей окислительной порчи; поломка шнеков, подающих сырье; поломка оборудования и инвентаря; рост затрат на 1 рубль товарной продукции; снижение производительности труда и отток специалистов с производства; отсутствие на рабочих местах двух необходимых инструкций.

С целью повышения эффективности работы системы логистики производства ООО «САРИЯ Био-Индастрис Волга» были разработаны следующие мероприятия: усилить контроль за соблюдением графика чистки магнита; усилить контроль за соблюдением инструкций мойки и дезинфекции оборудования, инвентаря и помещений; усилить контроль за соблюдением технологии дробления; обеспечить наглядность на местах по количеству дозировки антиоксиданта для устранения завышенных показателей окислительной порчи; доработать конструкцию шнеков, подающих сырье в местах наиболее частых поломок; разработать и ознакомить под подпись всех производственных рабочих с правилами работы с оборудованием и инвентарем; расширить базу поставщиков за пределами республики Татарстан для снижения зависимости от поставщиков сырья и материально-технических ресурсов; повысить заработные платы и начать применять надбавку за качество, что усилит мотивацию к работе и повысит качество выпускаемой продукции; разработать и обеспечить рабочие места двумя инструкциями: РИ 10-03-2013 «Дозирование реагентов «JurbySoft®12 и JurbySoft®24» и РИ 10-04-2013 «При работе системой пенной мойки среднего давления».

Прокопенко Ю.И.

Н. рук.: преподаватель Ишмаева Е.Г.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

АНАЛИЗ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ

ООО «ДНС РИТЕЙЛ»

Для нормальной организации торгового процесса необходимы товарные запасы. Они размещены в магазинах и на складах. Запасы на складах призваны обеспечить непрерывную доставку товаров в магазины и предприятия питания. Практика показывает, что концентрация запасов на складах создает необходимые условия для оперативного маневрирования товарными ресурсами, соблюдения режимов хранения, снижения уровня расходов на содержание товарных запасов.

С целью разработки мероприятий по совершенствованию системы управления товарными запасами ООО «ДНС Ритейл» был проведен анализ товарных запасов магазина, который позволил сделать следующие выводы:

Время оборота запасов увеличивается с каждым месяцем, что показывает, что товары становятся нерентабельными, их не хотят покупать, они занимают место на полках и не приносят прибыли; запасоёмкость уменьшается с каждым месяцем, что связано с тем, что те запасы, без которых можно продавать товар безболезненно, отправляются в Казанский региональный склад для перераспределения нагрузки из-за сложившегося геополитического положения; при приёмке товаров на склад сотрудники небрежно относятся к товарной упаковке из-за чего она ломается, рвется, что приводит к порче уже в упаковке самих товаров.

Проведя анализ динамики товарооборота на складе, можно сделать вывод, что некоторые товары на складе нерентабельны;

Мероприятия по улучшению управления запасами ООО «ДНС Ритейл» включают в себя: проведение маркетинговой рекламы, направленной на стимулирование сбыта запасов, введение системы штрафов и поощрения для

сотрудников с целью их более бережного отношения к имуществу организации.

Садртдинова А.Ш.

Н. рук.: к.э.н., доцент Габидуллина Л.Х.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

ВАКАНСИЯ «ЛОГИСТ» НА РЫНКЕ ТРУДА Г. НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ

На сентябрь месяц 2022 г., в Набережных Челнах людей, оставшихся без работы, составляет 1161 человек. В 2022 г. на рынке труда предлагается 6597 вакансий, из которых 80% – это профессии рабочих, оставшиеся 20% – специалисты и служащие.

Анализ сайта <https://naberezhnye.hh.ru> позволил определить общую ситуацию на рынке труда среди специалистов в области логистики. Таким образом, на предприятия города Набережные Челны требуется 1 начальник отдела логистики, 1 специалист по управлению товарными запасами, 3 диспетчера-логиста, 9 логистов, 71 менеджер по логистике и более 85 объявлений, где работодатели предлагают вакансию специалистов в области снабжения (закупок).

Изучение вакансий менеджера по логистике позволило заключить, что работодатели представляют собой транспортные компании, задача специалиста по логистике сводится к поиску клиентов для перевозки грузов. Заработная плата от 40000-120000 руб.

Специалисты по закупкам/снабжению требуются в автомобильный бизнес (более 50%), строительные компании 15% и др. В 65% случаев работодатель желает видеть опыт работы сотрудника от 1 года до 3 лет, в 90% случаев требуется знание Microsoft Word, Excel, 1С. В разделе оплаты труда указываются чаще всего промежуточные значения, минимальная заработная плата составляет 20.000 руб.

Вакансия логиста также востребована среди транспортных компаний, опыт работы для соискателя обязателен, знание MS Office.

Саликова Э.Г.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ БЕСПИЛОТНОГО ТРАНСПОРТА В РФ: ПРОБЛЕМЫ И ПРОГНОЗЫ

Беспилотный транспорт называют будущим логистики. Многие эксперты по всему миру утверждают, что уже через несколько лет по трассам будут ездить грузовые машины без водителей. В России этим вопросом занимаются множество компаний, таких как: КамАЗ, Яндекс, Cognitive Technologies, StarLine, Icy Riders, CVLRobotics, Зимний город МАДИ, BaseTrack и др. Однако разработать такую технологию, не значит пустить ее в дело. С какими же сложностями придется справиться, чтобы эта идея воплотилась в реальность?

В первую очередь необходимо осознать, что внедрение беспилотных автомобилей требует совершенствования дорожной инфраструктуры, которая будет отвечать требованиям таких автомобилей. По всей протяженности трассы должен быть стабильный высокоскоростной интернет, с помощью которого и производится контроль и управление автомобилем. На данный момент на многих трассах местами отсутствует не только интернет, но и простая мобильная связь.

Также следует понимать, что необходимо будет подстроить нормативно-правовую базу под новый вид автотранспорта, ведь если случится столкновение или серьезная авария, то необходимо будет решать вопрос юридическим путем.

Следует взять во внимание особенность и стиль вождения наших автомобилистов. Человек за рулем может оценить факторы риска и быстро реагировать на изменившиеся обстоятельства: резкие выезды машин, обгоны, подрезания и так далее. В беспилотный автомобиль придется внедрить огромное количество датчиков и сенсоров, которые должны будут считывать данные о: состоянии дорожного полотна, метеоусловиях, режимах езды на определенных участках дороги, дорожных знаках и указателях, новостных

сводках МЧС, придорожных сервисах и пр. Учитывая обстановку, нужно понимать, что многие электронные компоненты производятся за границей и их будет трудно привезти в страну, либо сделать самостоятельно.

Угрозу может нести и то, что такие автомобили можно взломать. Найдется множество хакеров, которые будут пробовать перехватить управление автомобилем и украсть товар, находящийся внутри. Поэтому необходимо проводить испытания надежности системы дистанционного управления и надежности автомобиля в целом.

Несмотря на все сложности, консалтинговая компания KPMG уже опубликовала результаты исследования, в котором оценивала готовность стран к использованию беспилотных автомобилей. Российская Федерация заняла 22 место в рейтинге. Следует вывод, что нашей стране есть куда стремиться и в каком ключе развиваться.

Сафин А.Р.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ЗНАЧЕНИЕ ЛОГИСТИКИ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Предмет логистики чрезвычайно сложен и весьма неоднороден, чем он и отличается от наук, изучающих смежные виды функционального менеджмента. Логистика – важная деятельность, открывающая широкие возможности для применения человеческих и материальных ресурсов, которые затрагивают народное хозяйство.

Логистическое управление в значительной степени воздействует на состояние финансово – экономического и правового обеспечения в рыночных условиях многообразных хозяйственных связей. Это, прежде всего, относится к рынку транспортных услуг, организации и функционированию складского хозяйства, развитию транспортных служб в посреднических организациях и на предприятиях.

Однако деятельность в области логистики не ограничивается лишь данными направлениями, она многогранна. Она также включает управление кадрами, организацию информационных систем, коммерческую деятельность и многое другое. Каждая из перечисленных функций глубоко изучена и описана в соответствующей отраслевой дисциплине. Принципиальная новизна логистического подхода – ограниченная взаимосвязь, соединение вышеперечисленных областей деятельности с целью создания товаропроводящих систем, гармонично организованных, легко управляемых и высокоэффективных.

Опыт промышленно развитых стран и ведущих отечественных компаний показывает, что логистике принадлежит стратегически важная роль в современном бизнесе. Эффективность функционирования различных бизнес – систем, их конкурентоспособность на внутреннем и внешних рынках во многом определяется сформированной логистической системой бизнеса и эффективностью логистического менеджмента.

Эффективность логистической системы характеризуется набором показателей работы данной системы при заданном уровне логистических издержек. С точки зрения потребителя, являющегося конечным звеном логистической цепи, эффективность может характеризоваться двумя показателями логистических издержек – качеством и ценой обслуживания.

Повышение организационно – экономической устойчивости фирмы реализуется межфункциональным логистическим менеджментом, позволяющим устранить конфликты между функциональными подразделениями фирмы и обеспечить интегрированное взаимодействие с логистическими партнерами по бизнесу.

Взаимодействие фирмы – производителя с партнерами и логистическими посредниками в снабжении и сбыте составляет предмет логистического менеджмента, имеющего приоритетное значение для достижения стратегических целей фирмы на рынке.

Если политика фирмы затрагивает интересы других фирм и влияет на их

прибыль, то логистический менеджмент позволяет сформировать компромиссное решение, обеспечивающее определенную выгоду всем членам дистрибутивного канала, рассматривая его как единое целое.

Традиционные сферы приложения логистики слились воедино, образовав стратегическую инновационную систему. Высокопоставленные менеджеры, успешно работающие в логистике, все чаще выступают в роли межфункциональных координаторов различных частных видов деятельности как внутри, так и вне своих фирм.

Внутри фирмы основная задача состоит в том, чтобы направить профессиональные навыки отдельных работников и подразделений в единое русло ради наилучшего обслуживания потребителей. В большинстве случаев нужный масштаб подобной координации выходит за рамки отдельного предприятия и требует вовлечения в единую систему как потребителей, так и поставщиков продуктов и услуг.

Стратегические интересы побуждают высокопоставленных менеджеров по логистике к преодолению межфирменных границ для налаживания эффективных взаимосвязей внутри снабженческо – сбытовой цепи. Наиболее яркое проявление современной логистики заключается в том, что она обеспечивает комплексный результат за счет внутренней и внешней интеграции одной из ключевых сфер компетентности делового предприятия. Общая задача логистики состоит в том, чтобы обеспечить намеченный уровень обслуживания потребителей при минимальных общих издержках.

В предпринимательской деятельности, экономической и научной литературе зарубежные специалисты выделяют два принципиальных направления в определении логистики. Одно из них связано с функциональным подходом к товародвижению, т. е. управлением всеми физическими операциями, которые необходимо выполнять при доставке товаров от поставщика к потребителю.

Другое направление характеризуется более широким подходом: кроме управления товаро – движенческими операциями, оно включает анализ рынка

поставщиков и потребителей, координацию спроса и предложения на рынке товаров и услуг, а также осуществляет гармонизацию интересов участников процесса товародвижения.

Деятельность предпринимательских структур происходит в рыночной среде. Современная социально ориентированная экономика – это достаточно свободная система. В такой экономике предприниматели действуют в широких юридических границах, используя инструментарий менеджмента, маркетинга и логистики. Благодаря ему предпринимательство функционирует как саморегулируемая система с учетом внешнего воздействия. Такое воздействие предусматривает реализацию социальных задач и создание конкурентной среды.

Логистика служит основой для менеджмента, что дает основание говорить о логистическом менеджменте в предпринимательстве, при этом маркетинг обеспечивает менеджмент необходимой информацией о состоянии рынка и конкурентной среды.

Эффективное функционирование предпринимательства как системы требует применения предпринимательской логистики. Она является средством адаптации к условиям рыночной экономики.

Предпринимательская логистика рассматривается в следующих аспектах:

- логистизация предпринимательской деятельности;
- синтез предпринимательства и логистики;
- потоковая концепция предпринимательства;
- логистика в предпринимательстве;
- применение концепций, принципов и методов логистики в предпринимательстве;
- логистика – инструмент предпринимательской деятельности.

Логистизация предпринимательской деятельности означает управление экономическими потоками с оптимизацией их параметров. Из чего следует, что отношения, возникающие в процессе купли – продажи, интерпретируются как потоковые процессы. Производство и торговля являются составными частями

предпринимательства.

Центральное место в предпринимательской логистике занимают основные положения коммерческой логистики. Предпринимательская деятельность осуществляется в рыночном пространстве, что предопределяет коммерческую составляющую предпринимательской деятельности, из чего следует приоритет коммерции в предпринимательстве.

Сформулированный принцип означает, что все субъекты предпринимательской деятельности занимаются коммерцией: закупают необходимые для себя ресурсы и продают результаты своей деятельности. Рынок оценивает полезность той или иной предпринимательской деятельности.

Все это определяет логистическую систему товародвижения, управление которой осуществляется с помощью предпринимательской логистики. Другими словами, логистика есть инструмент предпринимательства. Действия и мероприятия, которые образуют логистику предпринимательской деятельности, на каждом предприятии могут существенно отличаться.

Они зависят от таких факторов, как структура предприятия, понимание роли логистики руководством предприятия и специалистами, масштабы предприятия, сфера деятельности и другие.

Стремление предприятий к стабильности и выживанию в конкурентной среде является существенным мотивом для выхода на мировые рынки, расширению логистических операций. Для этого требуется новый подход к осуществлению процессов в логистических системах, основывающийся на внедрении международных стандартов функционирования логистики, интеграции предприятий в современную структуру мировой экономики.

Тем не менее, глобализация экономики невозможна без хорошо функционирующей логистики. Клиент ищет компетенцию в различных видах деятельности на одном предприятии.

Управление функциями глобального распределения, а также потоком материалов и информации предъявляет новые, повышенные требования к менеджерам логистики. Например, стратегия организации материально –

технического снабжения и хранения продукции на складах требует знания законодательных основ, налоговых систем, особенностей правительственного регулирования.

Стратегия управления запасами связана с определенными требованиями к упаковке и маркировке, причем должны учитываться языковые различия. Эффективность обслуживания заказчика определяется эффективностью подготовки и обработки сложной документации, а также результатами действий по устранению таможенных барьеров. Усиливается потребность в привлечении других фирм к участию в логистических процессах, распространяется применение аутсорсинга.

Тем не менее, в настоящее время на передовых предприятиях традиционные функциональные области логистики: управление закупками и запасами, транспортировка, производственное планирование, складирование, сбыт и так далее, интегрировались на базе общей программно – информационной платформы и формируют основу корпоративной информационной системы.

Информационные технологии – это ключевой ресурс всякой интеграции. Внедрение методов логистического менеджмента в практику бизнеса позволяет предприятиям существенно сократить товарные запасы, ускорить оборачиваемость оборотных средств, снизить себестоимость продукции и логистические издержки, обеспечить удовлетворение потребителей в качестве продукции и сопутствующем сервисе.

Семёнова Е.А.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПРОЦЕДУРА ВЫБОРА ПЕРЕВОЗЧИКА НА ПРИМЕРЕ МЕТРО

В 2017 г. с учетом всех видов транспорта по России перевезено 8 071 млн т груза, автомобильным транспортом – 5 404 млн т, что составляет почти 67%

от общего объема перевозок. Дешевле всего в России осуществлять внутренние перевозки грузовыми автомобилями. Если мы посмотрим на железнодорожные и авиационные поставки и сравним их с автомобильными перевозками, то увидим огромную конкуренцию на этом рынке в отличие от первых двух, которые практически монополизированы. Такая ситуация дает МЕТРО хорошую возможность проводить тендеры и находить подходящие транспортные компании для нашего бизнеса.

Решить, с какой транспортной компанией будет заключен договор, не так просто, поскольку это может оказать огромное влияние на нашу деятельность и результат. Транспортный рынок очень диверсифицирован, и в доступе к нему нет никаких ограничений, поэтому здесь оперируют индивидуальные предприниматели, юридические лица, а также нигде незарегистрированные частные перевозчики.

МЕТРО получает предложения от компаний, имеющих собственный парк из тысяч грузовиков, причем в одном тендере могут быть также экспедиторы без собственных транспортных средств. Именно поэтому надежность транспортной компании очень важна для МЕТРО и тщательно проверяется. Но есть несколько дополнительных рисков, которые необходимо учитывать при поиске транспортных компаний. Далее я остановлюсь на некоторых из них и покажу, как MGL METRO Group Logistics их минимизирует.

Налоговый риск. Исторически транспорт является одной из наиболее закрытых отраслей российской экономики. За последние 4 года правительство предприняло ряд шагов, чтобы сделать этот рынок прозрачнее (Платон, изменения в налоговой политике, электронная налоговая декларация, уменьшение количества серых банков), но все же нельзя просто выбрать лучшее предложение и быть уверенным, что после очередной налоговой проверки вам не придется снова платить НДС, так как выбранная вами транспортная компания оказалась недобросовестным налогоплательщиком.

Риск доступности. С одной стороны, для минимизации налогового риска мы могли бы принять решение о сотрудничестве только с транспортными

компаниями, имеющими собственный автопарк и не прибегающих к услугам сторонних экспедиторов, но такое решение будет работать при наличии стабильных объемов в течение года, что, конечно, не всегда возможно. Именно поэтому мы отдаем предпочтение компаниям, которые имеют собственный автопарк, но в то же время они хороши в экспедиции. Предпочтительная доля 60% собственного флота и 40% экспедиции. Такое решение помогает нам в покрытии пиковых объемов в высокий сезон. Минимизации риска доступности мы добиваемся так же, назначая не менее 4 компаний по каждому направлению. Это дает нам возможность быть гибкими в перевозке переменных объемов и лучше понимать реальную ситуацию на рынке. Например, если у всех экспедиторов есть проблемы с выполнением заказов на одном направлении, это означает, что мы должны проверить и принять корректирующие меры.

Риск качества. Один из самых простых рисков для минимизации, но как всегда мы должны быть осторожными, принимая решения. При подготовке RFP (request for proposal – запрос предложений) к тендеру мы можем легко зафиксировать там все наши требования и запросить только новые грузовики и прицепы, оснащенные GPS, FRC–сертификатами, датчиками контроля веса и телематическими решениями, которые должны позволить осуществлять онлайн–контроль температуры перевозки. Единственный минус такого решения в том, что полученные предложения будут значительно выше рыночного уровня из–за отсутствия на рынке таких транспортных средств, поэтому важно иметь правильное понимание наших требований, запрашивая только необходимое. При минимизации рисков качества мы должны четко понимать свои потребности и то, как будем контролировать их выполнение.

Демпинг цен. Лицо, ответственное за проведение тендера, должно быть в состоянии оценить полученные предложения, ведь часто новые компании, которые хотели бы заключить с вами контракт, готовы снизить цены ниже рыночных и даже ниже уровня рентабельности. Можно было бы сказать, что нас не волнует, готов ли кто–то работать в убыток. Но в действительности это предложение окажется недолговечным, после которого компания попытается

увеличить согласованные тарифы. Если своевременность отгрузки с РЦ не является обязательным показателем, то в таком случае вы сможете попытаться найти экономию. Но это очень рискованно, особенно если вы проводите тендер до высокого сезона, а в горячий период трудно найти новых экспедиторов. Надежные компании не станут рисковать своим долгосрочным сотрудничеством с другими клиентами, чтобы покрыть ваши объемы в пиковый период, тем более что их предложение было выше, и убедить их в том, что вы продлите сотрудничество после высокого сезона, будет непросто.

Тендер. Важнейшая часть – подготовка правильного тендерного запроса. Это главный документ, в котором необходимо тщательно описать все запросы и ожидания от транспортных компаний. Ниже можно найти список основных тем, которые должны быть включены в RFP

- основное содержание заявки на участие в тендере;
- предмет договора об оказании транспортных услуг;
- логистические предпосылки для тендера;
- возможности для транспортных компаний в результате сотрудничества с MGL;
- основные требования к участникам торгов;
- условия сотрудничества;
- ожидаемые результаты от транспортных компаний;
- основные критерии тендера;
- порядок участия в тендере.

Начало сотрудничества. После успешного тендера не менее важно начало сотрудничества с новыми экспедиторами. Наилучшим решением является подготовка вводного тренинга вашим транспортным отделом для перевозчиков. Это дает возможность новому экспедитору понять, как вы работаете и каковы внутренние правила сотрудничества. Вам это даст дополнительную возможность посетить все склады, разобраться с трафиком и подъездными путями. Хорошо проработанное вводное обучение позволяет снизить количество вопросов, которые могут возникнуть в начальный период. Большую

часть вопросов может решить обученный менеджер нового экспедитора, а не ваша команда. В период совместной работы важно измерять основные KPI деятельности для нового перевозчика для мониторинга слабых мест. В зависимости от вида транспорта, который вы предложили, может потребоваться обучение водителей экспедитора.

В случае нашей компании такое обучение обязательно для всех новых компаний, работающих на внутригородских доставках из магазинов МСС своим клиентам. Каждый водитель, не прошедший обучение в MGL, должен сдать экзамен менеджеру экспедитора.

Правильно подготовленные транспортные компании и водители – это лицо вашей компании и лучшая реклама.

Симакова М.В.

Н. рук.: к.э.н., доцент Хузина Г.Г.

Чистопольский филиал КИУ

г. Чистополь

К ВОПРОСУ О РОЛИ ЛОГИСТИКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В условиях динамичного развития экономических отношений особую актуальность приобретают вопросы развития логистической системы на предприятиях. Логистика – стратегическое управление цепью поставок. Этот процесс должен быть рациональным. Отрасль растет благодаря двум факторам: развитию мировой экономики и научно-технического прогресса (введение робототехники). Потребности клиентов растут, поэтому необходимо внедрять новые способы насыщения рынка товаров.

Логистика сегодня стала жизненно необходимым компонентом современной экономики. Свою актуальность приобрела за счёт возможности повышения эффективности функционирования материалоперевозящих систем с помощью планирования. В основе деятельности лежит мощная информационная система, которая интегрирует нормы по управлению данной

категорией товаров

Одна из общих проблем логистики является использование устаревших, а вернее, неиспользование современных технологий, что приводит к проблемам с идентификацией продукта, путаницей на складах и замедлению доставки товара.

Решением данной проблемы является усовершенствование процессов логистической деятельности, а именно процессов отслеживания, маркировки, транспортировки, распределения и складирования продукции.

Литература

1. Аникин Б.А. Логистика: учебник / Б.А. Аникин. – НИЦ ИНФРА-М, 2021.- 320 с.

Сорокина Э.М.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

АВТОМАТИЗИРОВАННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПОСТАВКАМИ ЗАПАСНЫХ ЧАСТЕЙ НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИЙ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО И МАТЕМАТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ПРОЦЕССОВ

Послепродажное обслуживание технических изделий является клиент – ориентированным бизнесом, который направлен на предоставление покупателю дополнительных товаров (услуг) связанных с оптимальным использованием приобретенных изделий.

Актуальность таких предложений со стороны изготовителя услуг обусловлена:

- усложнением технических изделий, организации и осуществления процессов поддержки их эксплуатации;
- усилением конкуренции в сфере удержания традиционных клиентов и привлечения новых;
- увеличением спроса на эффективное послепродажное обслуживание,

что обеспечивает долговременное и взаимовыгодное сотрудничество производителей и потребителей и др.

В конечном счете, современная рыночная конъюнктура формирует объективную тенденцию к переходу от приобретения изделия к приобретению его жизненного цикла (в терминах покупателя), или, в терминах продавца, – от производства изделия к производству его жизненного цикла (ЖЦ).

В свою очередь, эта тенденция приводит к вовлечению в сферу долговременного сотрудничества новых субклиентов и субпоставщиков.

В силу необходимости эффективного управления формирующимся устойчивым интегрированным сегментом рынка товаров и услуг возникает потребность в создании также интегрированной информационной среды с элементами мониторинга релевантных процессов и их параметров, оптимизации (минимизации) затрат при одновременном повышении или, по крайней мере, поддержании на заданном уровне потребительского качества продукции и услуг.

Особое место в этом процессе занимают вопросы материально–технического обеспечения (МТО). При этом главную роль играют поставки 3Ч и современные технологии автоматизированного управления ими, что обеспечивает поддержание требуемого уровня конкурентоспособности эксплуатируемых изделий.

Анализ современной стратегии и тактики ППО на основе оптимальных соотношений качества и стоимости ЖЦ продукции, показывает, что одна из определяющих проблем – создание комплексных моделей учета этих факторов.

Под понятием «модель стоимости» следует понимать инструмент прогнозирования предстоящих затрат. Это означает, что модель стоимости должна быть чувствительной к конкретным управляющим решениям, т.е. включать в себя векторы свободных параметров, характеризующих множество функций управления, реализуемых на стадиях, как создания, так и использования изделий [3].

Модели прогнозирования стоимости затрат должны удовлетворять

следующим основным требованиям:

- обеспечивать единый подход потребителя и поставщика к определению затрат;

- прогнозировать реальные процессы эксплуатации и обслуживания изделий с комплексной оценкой ожидаемых затрат и качества, а также обеспечивать оперативный (текущий) анализ этих показателей;

- обеспечивать оценку рисков, в том числе связанных с переоценкой или недооценкой характеристик функционального и эксплуатационно-технического качества и др.

Основные проблемы ППО технических изделий, существенно влияющие на финансовые риски, порождаются [5]:

- отсутствием единого органа, реализующего полный спектр управленческих функций в сфере послепродажного обслуживания;

- отраслевой и ведомственной разобщенностью субъектов ЖЦ, приводящей к отсутствию скоординированной политики поставок ЗЧ;

- нарушениями сроков этих поставок и, как следствие, нарушением сроков выполнения требуемого технического обслуживания и ремонта;

- значительными, не прогнозируемыми наперед, изменениями цен на запасные части, комплектующие, а также на оплату труда специалистов в течение ЖЦ изделий и др.

Для специалистов организаций, осуществляющих планирование поставок ЗЧ рамках ППО технических изделий, наибольший интерес будут представлять такие модели, которые позволят в автоматизированном режиме организовывать процессы управления поставками и обеспечивать приемлемый баланс между стоимостью и качеством, соответствующий текущим требованиям рынка, а также учитывать и минимизировать финансовые риски, в том числе связанные с вышеуказанными проблемами.

В настоящей работе предлагается использовать в этих целях функциональные модели процессов управления и вероятностные аналитические модели ППО.

Функциональная модель процесса поставки запасных частей.

На рис.1 представлена функциональная модель процесса организации автоматизированного управления поставками ЗЧ при проведении ППО технических изделий в части, касающейся контроля стоимости поставок. В данном случае используется методология IDEF0 – моделирования.

Потоки данных, в рамках этой модели, обуславливают выполнение стандарта требований по всестороннему обеспечению процесса необходимыми технологиями, материальными, информационными и трудовыми ресурсами, а также управленческими процедурами.

Блок «Планировать поставки» отражает подпроцесс организации функционирования персонала и технических средств, при автоматизированном планировании необходимого объема поставок, и их периодичности для каждого контрагента.

В результате выполнения данного подпроцесса формируется оптимальная по стоимости программа поставок на заданном периоде эксплуатации, а также определяется вероятность риска отклонения от плана поставки.

Функциональный блок «Оценивать стоимость *выполненных* поставок» отражает процесс автоматизированного контроля текущих и итоговых затрат при выполнении разработанного плана.

В результате этого подпроцесса осуществляется расчет стоимости поставленных заказчику ЗЧ и сравнение полученных результатов с плановыми показателями. Результат сравнения позволяет контролировать эффективность выполнения плана поставки.

Общее количество и стоимость запасных частей, которые должны быть поставлены в течение ЖЦ, регламентируются требованиями покупателя, отраженными в условиях контракта и, исходя из этого, определяются на основании долговременной договоренностей между контрагентами и некоторым центром ППО.

Контроль выполнения программы (плана) поставки ЗЧ позволяет прогнозировать как успешность завершения плана, так и степень влияния

рисков, связанных с отклонением от намеченных сроков и объемов поставки.

В результате функционирования блока «Анализировать риски» полученные значения рисков классифицируются по степени критичности влияния на результаты поставок. Полученные данные являются основанием для соответствующей коррекции планов.

Функциональный блок «Корректировать план поставок» отражает подпроцесс формирования управленческих решений, принимаемых руководящими лицами центра ППО, выполнение которых позволит ликвидировать возникший риск или сделать его минимальным.

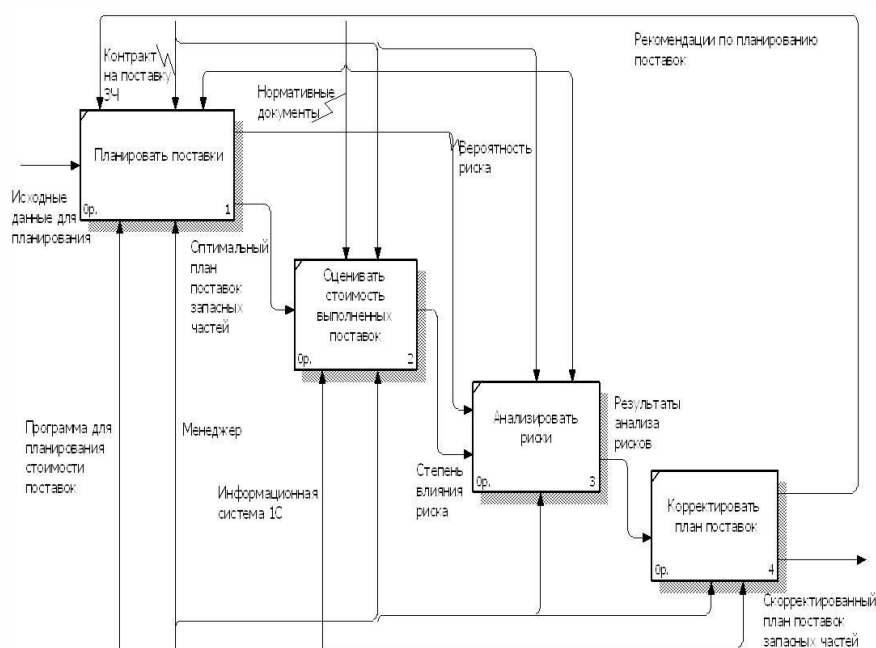


Рис. 1. Функциональная модель процесса управления стоимостью поставок запасных частей при проведении ППО технических изделий

В результате выполнения данного подпроцесса формируется скорректированный план поставки ЗЧ.

Автоматизированное планирование поставок запасных частей

При проведении автоматизированного планирования поставок целесообразно использование математической модели, подробно рассмотренной в [5], которая позволяет, в частности, прогнозировать динамику изменений количества запасных частей на складе контрагента. В целях

обеспечения исправности парка технических изделий на заданном уровне контрагент создает необходимый запас ЗЧ в соответствии с перечнем поставки и с определенной периодичностью производит его пополнение. Для этого им формируются соответствующие заявки в адрес поставщика (центра ППО).

На основе упомянутой вероятностной аналитической модели процессов ЖЦ изделий создается информационно–аналитический программный комплекс (ИАК) прогнозирования и оптимизации параметров, позволяющий, в частности, определить оптимальные необходимые объемы поставок и их периодичность.

При заданной периодичности, обусловленной определенной ритмичностью производства ЗЧ, в соответствии с заданным технико–экономическим критерием, содержащим составляющие цены и уровня исправности продукции, учитывающим возможные бюджетные ограничения, ИАК обеспечивает определение минимальной по стоимости программы поставок на заданном периоде эксплуатации изделий.

Модель системы ППО, на основе которой создается ИАК, включает в себя параметры всех видов обслуживания и ремонта (в том числе количество каналов и среднюю продолжительность обслуживания и ремонта).

Литература

1. Масловский В. П. Управление проектами. Красноярск. ИПК, СВУ, 2008 г. – 179 с.
2. Руководство к Своду знаний по управлению проектами (A Guide to the Project Management Body of Knowledge. 4th Edition PMBOK), 2008 г.– 241 с.
3. Сеницын И.Н., Шаламов А.С. Лекции по теории систем интегрированной логистической поддержки. М., Торус Пресс, 2011 г.– 615 с.
4. Севостьянов А.Д., Володина Е.В., Севостьянова Ю.М. 1С: Управление торговлей 8. Практика применения. М., ООО «Константа», 2007 г. – 205 с.
5. Шаламов А.С. Интегрированная логистическая поддержка.– М.: Университетская книга, 2008 г. – 463 с.

Стаценко Е.В.

Н. рук.: к.э.н., доцент Хузина Г.Г.

Чистопольский филиал КИУ

г. Чистополь

К ВОПРОСУ О ЛОГИСТИКЕ ТРАНСПОРТИРОВКИ В РОССИИ

Актуальность данной темы заключается в том, что в современном мире грузоперевозки стали одной из важнейшей деятельностью человека. Современные транспортные компании перевозят товары не только по России, но и между другими странами. На сегодняшний день технология позволяет перевозить грузы на любом транспорте начиная с автомобиля заканчивая авиатранспортом. С помощью авиатранспорта можно доставить груз на любой континент за короткий срок. Транспортировку с небольшим расстоянием осуществляют с помощью автомобильного или железнодорожного транспорта.

Транспортные перевозки – это способ перемещения груза от поставщика до грузополучателя. Развитие транспортных перевозок в России сопряжено с рядом проблем. В данной связи возникает необходимость внедрения логистических систем, способствующих совершенствованию грузоперевозок. Проблемы, возникающие при транспортировке грузов, связаны с большим объёмом заказов, с возникновением задержек в процессе перевозок, поломками транспортного средства, повреждением упаковок груза и др.

Для решения обозначенных проблем необходимо правильно подбирать транспорт, разрабатывать оптимальный маршрут, контролировать выполнение маршрутов, эффективно управлять ресурсами, автоматизировать управление логистикой в целом.

Литература

1. Аникин Б.А. Логистика: учебник / Б.А. Аникин. – НИЦ ИНФРА-М, 2021.- 320 с.

Таишев Т.Ф.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

УСЛОВИЯ СОЗДАНИЯ ПРОГРАММНОГО ПРОДУКТА ДЛЯ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

Создание программного продукта – процесс, включающий составляющие имеющие следующие свойства:

- иметь удобный интерфейс, дизайн и быть прост в эксплуатации;
- функционировать без лишних затрат времени и ресурсов;
- выдавать информацию, а также отправлять запросы в реальном времени;
- база данных должна иметь достаточную защиту от внешнего вмешательства;
- содержать статистику об проданных товарах и выручке за месяц.

Для достижения поставленной цели необходимо прийти к решению и реализовать следующие задачи:

- провести анализ предметной области;
- выбрать средства разработки и реализации программных модулей;
- спроектировать и создать дизайн программных модулей, обладающих следующими свойствами: удобство, понятность, простота в использовании, полная адаптивность на различных электронных устройствах;
- спроектировать архитектуру программной системы;
- спроектировать модуль авторизации пользователей и систему управления ролями;
- создать типы данных для получаемой информации;
- разработать пользовательский интерфейс;
- разработать функциональные модули программной системы в соответствии с выбранными средствами разработки;

– выполнить тестирование программного продукта с целью проверки полной работоспособности системы и выявления соответствия ранее заявленным требованиям;

– выполнить разработку полной технической документации для дальнейшего сопровождения и помощи в эксплуатации пользователями разработанного программного продукта.

Терентьева П.Р.

Н. рук.: к.э.н., доцент Хузина Г.Г.

Чистопольский филиал КИУ

г. Чистополь

К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ СКЛАДСКИХ ПОМЕЩЕНИЙ, КАК ВАЖНЕЙШИХ ЭЛЕМЕНТОВ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Склады являются одним из важнейших элементов любой логистической системы. Типы складов, функционирующие в современных условиях, позволяют этим помещениям удовлетворять самые разные требования участников производственных и торговых отношений. В зависимости от типа, к которому относится склад, он выполняет определенные функции. Если обратиться к понятийному аппарату и нормативной базе, то к запасам относятся специальные здания, сооружения, помещения, открытые площадки или их части, приспособленные для целей складирования и складской эксплуатации. В то же время складские операции включают прием, сортировку, комплектацию, упаковку, отпуск и транспортировку. Складские помещения можно классифицировать по технологии хранения, функциональному назначению и категории сервиса.

Можно выделить два типа технологии хранения – это закрытый и открытый тип. Открытое хранилище – это открытое огороженное или неогороженное, охраняемое или неохраняемое помещение для хранения материальных ценностей. По функциональному назначению склады длительного хранения (резервные), склады перевалочные (транзитные), склады

распределительные, склады сезонного хранения, склады специальные. По категории сервиса склады имеют классификацию А, В, С, D. Максимальная автоматизация процессов соответствует услуге, А, а, следовательно, ручной труд будет классифицироваться как класс D.

Литература

1. Александров О.А. Логистика: учебник. М.: ИНФРА-М, 2018. - 216 с.

Тесляков Д.О., Михеев Э.В.

Н. рук.: к.э.н., доцент Хамидуллина Ф.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

НЕОБХОДИМОСТЬ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ СНАБЖЕНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Проблемы в логистике предприятий и организаций возникли в результате влияния политических событий в начале текущего 2022 года, то есть политических факторов внешней среды. Вследствие чего на Российскую Федерацию был наложен большой пакет экономических санкций со стороны ЕС, США и ряда международных организаций. Среди которых самыми ключевыми для логистики стали: запрет на экспорт товаров, закрытие границ стран ЕС и ряда других стран, закрытие воздушных и морских путей для грузоперевозок. Из-за таких ограничений появились простои в цепях поставок, увеличились издержки на хранения грузов в портах, некоторые компании отказались работать с предприятиями РФ. Однако, идея полной изоляции России не удалась благодаря авиаперевозкам из Китая и Гонконга, альтернативным каналам доставки грузов напрямую из Европы и объездных путей для автомобильных перевозок.

В плане транспортировки грузов появилась и другая проблема – увеличились сроки доставки. Это связано с тем, что альтернативные каналы транспортировки не выдерживают такой нагрузки, так как раньше не сталкивались с таким трафиком. Эксперты считают, что самым надежным

способом доставки грузов на сегодня является Китайская железная дорога, но она тоже не справляется с таким объёмом грузов. Очередные проблемы возникают и в сфере транзакций: операции проводятся довольно долго, что опять же повышает срок доставки и приводит к росту издержек предприятия.

Решением всех проблем снабжения предприятий в современных условиях является усиление альтернативных каналов закупок в дружественных странах и поддержание с ними взаимовыгодных отношений.

Тищенко Е.С.

Н. рук.: к.э.н., доцент Хузина Г.Г.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Чистополь

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ ТРАНСПОРТИРОВКИ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ЧИСТОПОЛЬ XIX-XXI ВВ.

К середине XIX века Чистополь стал крупным торговым центром, вторым после Казани. Он даже соперничал с нею в области торговли хлебом не только в Закамском регионе, но и на общероссийском хлебном рынке. Чистопольские купцы сначала скупали хлеб у крестьян и накапливали его в амбарах на Чистопольской хлебной пристани, а затем отправляли для продажи в ближние и дальние российские города, а также за границу. Хлеб отправляли в Нижний Новгород, Москву и даже в Петербург. А оттуда он шел в Англию, Францию и, особенно, Германию, а также вниз по Волге в Иран. Среди хлеботорговцев Чистополя и всего Закамского региона самыми влиятельными являются купцы В.Л. Чельшев, П.М. Шашин и Е.И. Чукашев. Поставка больших партий хлеба проводилась по воде и требовала наличия торговых судов. Так В.Л. Чельшеву принадлежало в разное время 5 пароходов и 12 барж. Также использовались такие виды водного транспорта как подчалки и конторки. Перевозка грузов по воде осуществлялась только в соответствующие времена года.

Основные виды транспорта времен СССР, которые использовались для перевозки грузов, отличались от дореволюционного. Стали использоваться

различные виды транспорта: наземный, водный, воздушный. Это ускорило доставку товаров до нужной точки. Из Чистополя вывозили сельхозпродукцию, швейные и трикотажные изделия, часы и т.д.

Литература

1. Чистопольские страницы. Сб.- Казань: Тат. кн.издательство, 2004. - 462 с.

Фархутдинова (Ходжиматова) Л. Р.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

РЕАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ ЗАМКНУТОГО ЦИКЛА НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

На текущем этапе концепция развития российских предприятий направлена на расширение и модернизацию существующих производственных мощностей, выпуск конкурентоспособной продукции, внедрение современных технологий, освоение новых ассортиментов продукции. Чтобы улучшить производственные процессы и повысить конкурентоспособность, многие российские компании в настоящее время пытаются перейти к экономике замкнутого цикла.

Традиционные модели рыночной экономики характеризуются низкой эффективностью использования производственных и материальных ресурсов и постоянным увеличением ресурсоемкости производственного процесса.

Среди современных проблем линейной экономики – изменение климата, деградация экосистем, снижение эффективности производства, сокращение сроков годности продуктов и полуфабрикатов, увеличение загрязнения окружающей среды, увеличение затрат на логистику.

Экономическая модель замкнутого цикла позволяет решать перечисленные выше задачи, поскольку она оптимизирует наиболее эффективное и рациональное использование материалов и производственных

ресурсов на предприятиях и использование ограниченных ресурсов. Основным принципом модели замкнутого цикла является рациональное использование материалов и производственных ресурсов предприятий, оптимизация производственного цикла предприятий, что способствует повышению эффективности национальной экономической системы.

Экономику замкнутого цикла следует понимать как концепцию возобновляемого производства и потребления предприятий. В это время производственные и материальные ресурсы предприятия используются по максимуму.

Экономика замкнутого цикла – это концепция утилизации отходов и вторичной переработки, а также повторного использования и получения прибыли от переработанного сырья. После потребления в виде произведенных продуктов ресурсы возвращаются в производство после переработки. Однако, чтобы реализовать эту возможность, отходы должны быть пригодны для переработки на месте производства, поэтому технологичность продукта должна быть рассмотрена на стадии проектирования. Производители предлагают возможность отделения от компонентов для восстановления или повторного использования использованных ресурсов. Экономика замкнутого цикла обеспечивает экономический рост за счет более эффективного использования имеющихся ресурсов, совместного использования и повторного потребления произведенных продуктов, переработки отходов и производства товаров из переработанных ресурсов.

Чтобы воспользоваться преимуществами российской экологической и климатической повестки дня, необходимо разработать правила и инструменты для зеленого финансирования. У нас есть бюджет средств, выделяемых на охрану и восстановление окружающей среды, инструмент государственно–частного партнерства, который позволяет государствам и частным компаниям сотрудничать в реализации проектов зеленого финансирования, внедрении обязательной сертификации и классификации инвестиций в зеленое финансирование [3, с.8].

Рынки капитала в России быстро развивались в последние годы, наряду с появлением национальных институциональных инвесторов и частного финансирования. Поэтому Россия может и должна развивать свои собственные финансовые технологии и стандарты. Поэтому на современном этапе социально–экономического развития России сохранение и восстановление экологического потенциала страны является приоритетной задачей. Для достижения этой цели необходимо объединить усилия экономистов, менеджеров, ученых и политиков, в результате чего развитие зеленых финансов в России станет перспективным направлением, которое повысит конкурентоспособность и привлекательность России на мировых финансовых рынках.

Литература

1. Безсмертная Е. Р. Выпуск «зеленых» облигаций как элемент системы защиты окружающей среды / Е.Р. Безсмертная. // Экономика. Налоги. Право. 2019. – №12(5). – С. 61 – 69.
2. Дворецкая А. Е. Зеленое финансирование как современный тренд глобальной экономики / А.Е. Дворецкая. // Вестник Академии. Московская академия предпринимательства при Правительстве Москвы. – 2017. – №2. – С. 60–65.
3. Порфирьев Б. Н. «Зелёные» тенденции в мировой финансовой системе. / Б.Н. Порфирьев. // Мировая экономика и международные отношения. – 2016. – №60(9). – С. 5 – 16.
4. Рубцов Б. Б. «Зеленые финансы» в мире и России / Б.Б. Рубцов, И.А. Гусева, А.И. Ильинский, И.В. Лукашенко, С.А. Панова, А.Ф. Садретдинова, С.М. Алькова. – М.: РУСАЙНС; 2018. – 170 с.

Фаткулина Д. Р.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ЛОГИСТИКА СКЛАДИРОВАНИЯ

История возникновения складов такая же древняя, как и история цивилизации. С развитием земледелия, обмена и продажи продуктов возникал вопрос «Где хранить излишки?» Египетские иероглифы и настенные рисунки являются самым ранним источником того, как ранние цивилизации использовали зернохранилища и склады для хранения различных видов товара. Растущая зависимость хранения земляных ресурсов от складов, естественно, сопровождала и развитие фермерского хозяйства. Фермеры преуспевали и начинали торговать ресурсами, которые имелись у них в избытке. С развитием торговли потребность в хранении товара возрастала. Таким образом, складирование товаров стало неотъемлемой частью большинства деловых операций. Развитие складов и переход их к центру распределения было долгим эволюционным процессом. В течение нескольких поколений владельцы магазинов полагались на рыночных посредников, поставляющих им материалы и продукты, и деловое сообщество устраивало это сотрудничество.

Центр распределения появился только после второй мировой войны. К тому времени оптовики столкнулись с растущим рынком потребления и с задачей поставок продуктов питания миллионам людей. Обслуживание растущего числа магазинов и появление супермаркетов, значительно увеличили товарные потоки оптовиков. Чтобы соответствовать потребностям розничных продавцов и потребителей, оптовики разработали новые методы обращения с товаром и построили одноэтажные и довольно вместительные помещения. Это были предшественники современных распределительных складов (центров дистрибуции).

Логистика складирования – это отрасль логистики, занимающаяся вопросами разработки методов организации складского хозяйства, системы

закупок, приёмки, размещения, учёта товаров и управление запасами с целью минимизации затрат, связанных со складированием и переработкой товаров.

Современный крупный склад представляет собой сложное техническое сооружение, которое состоит из многочисленных взаимосвязанных элементов, имеет определенную структуру и выполняет ряд функций по преобразованию материальных потоков, а также накапливанию, переработке и распределению грузов между потребителями.

Многообразие параметров технологических, объемно–планировочных и конструктивных решений, конструкций оборудования и характеристик разнообразной номенклатуры грузов, перерабатываемых на складах, относит склады к сложным системам. Вместе с тем, склад является всего лишь элементом системы более высокого уровня – логистической цепи, которая формирует основные технические требования к складской системе, устанавливает цели и критерии ее оптимального функционирования, диктует условия переработки. Поэтому склад должен рассматриваться не изолированно, а как интегрированная составляющая логистической цепи. Только такой подход позволит обеспечить успешное выполнение основных функций склада и достичь высокого уровня рентабельности.

При этом необходимо иметь в виду, что в каждом отдельно взятом случае, для конкретного склада, параметры складской системы значительно отличаются друг от друга, так же как ее элементы и сама структура, основанная на взаимосвязи этих элементов. Уделяя большое внимание другим операциям (купле–продаже, производству, финансовым расчетам), следует помнить, что минимизации расходов на всём пути продвижения товара нельзя достигнуть, если не организован весь процесс в целом.

Складские операции являются одной из важнейших составляющих в ценообразовании товара. Недооценка важности этих операций ведет к повышению расходов при обработке или перевалке товаров.

Склад используется для хранения запасов на всех этапах логистического процесса. В логистике складирования различают два типа запасов:

1) Сырьё, компоненты и запасные части.

2) Готовая продукция.

Любой материальный поток начинается с запаса.

Цель создания и функционирования склада состоит в том, чтобы принимать с транспорта грузопоток с одним параметром, перерабатывать и выдавать его на другой транспорт с другими параметрами, и выполнять это с минимальными затратами. Основное назначение складов с позиции логистики – накопление запасов, сырья, материалов и других ресурсов, их хранение в течение определённого времени, обеспечение бесперебойного и ритмичного снабжение производства и потребителей.

Основные функции и задачи складов логистической системе

Традиционно склады рассматривались как места для долгосрочного хранения товаров, и основной их функцией считалось складирование, заключающееся в содержании и обеспечении сохранности запасов участниками логистического канала. Под понятием «складирование» обычно понимается совокупность следующих операций:

- размещение товаров;
- обеспечение количественной и качественной сохранности запасов;
- обновление запасов.

В настоящее время роль складов изменилась, сейчас они рассматриваются скорее как промежуточное звено, через которое материальный поток преобразуется и перемещается как можно быстрее, что обосновывает расширение круга операций в складской деятельности.

Таким образом, в рамках логистической системы, основными функциями склада являются:

1. Концентрация и хранение запасов, обеспечивающие осуществление непрерывного производства или снабжения при ограничении, связанном с источниками ресурсов и колебаниями потребительского спроса.

2. Консолидация грузов – подразумевает объединение грузов в более крупную смешанную партию отправки потребителям, территориально

расположенным в одном районе сбыта.

3. Разукрупнение грузов – сортировка груза на более мелкие партии, предназначенные для нескольких заказчиков.

4. Управление ассортиментным составом – это накопление и формирование ассортимента продукции в ожидании заказов потребителей с последующей их сортировкой в соответствии с заказами.

Комплектация партии груза – подразумевает пересортировку грузов, полученных от поставщиков, и их консолидацию в партии отправки потребителям.

Основная задача склада

– концентрация запасов, их хранение и формирование бесперебойного и ритмичного обеспечения заказов потребителей.

К остальным задачам следует отнести следующие:

- максимальное использование складских мощностей;
- рациональное ведение погрузочно–разгрузочных и складских работ;
- эффективное использование складского оборудования;
- устранение потерь товаров при их складской обработке, хранении;
- своевременное предоставление товаров и услуг потребителям;
- концентрация и пополнение запасов при оптимальных затратах;
- защита производства и потребителей от различных непредвиденных обстоятельств;
- консолидация партий отправок;
- формирование высокого уровня логистического сервиса;
- развитие интеграции и координации взаимодействия со смежными звеньями логистической системы;
- предоставление услуг с добавленной стоимостью и др.

Преимущества различных видов складирования:

- высокая степень используемой площади и объема;
- свободный доступ к товару;

- обеспечение контроля структурных изменений запасов;
- возможность высотного складирования;
- легкость обслуживания;
- возможность автоматизированного управления;
- выполнение принципа ФИФО (груз «первым пришел – первым ушел»);
- низкие капиталовложения и строительные затраты;
- низкие эксплуатационные расходы и затраты на техническое обслуживание.

Логистика складирования – это рациональный взгляд на распределение, оформление и учет товаров, хранящихся на складе. Грамотно построенная складская логистическая система является одной из ключевых основ успешной работы предприятия, его развития и роста клиентуры. В ряде случаев, когда затраты на организацию подобной системы собственными силами оказываются слишком высоки для небольшого предприятия, имеет смысл отдать складские логистические функции на аутсорсинг.

Литература

1. Иванов, Г. Г. Складская логистика: учебник / Г.Г. Иванов, Н.С. Киреева. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА–М, 2022. – 192 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – ISBN 978–5–8199–0712–2. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1817999> (дата обращения: 27.09.2022). – Режим доступа: по подписке.

2. Смирнова, А. В. Логистика складирования: учебное пособие для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» / А. В. Смирнова, Н. В. Черноусова. – 2-е изд. – Москва : Издательско–торговая корпорация «Дашков и К», 2020. – 50 с. – ISBN 978–5–394–03816–7. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1081699> (дата обращения: 27.09.2022). – Режим доступа: по подписке.

3. Левкин, Г. Г. Логистика: учебник / Г. Г. Левкин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Москва; Берлин: Директ–Медиа, 2019. – 267 с. – ISBN 978–5–4475–9834–1. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/>

1908702 (дата обращения: 27.09.2022). – Режим доступа: по подписке.

Хусаенова Ф.Р.

Н. рук.: ст. преподаватель Рабазанова А. А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

АВТОМАТИЗАЦИЯ ЛОГИСТИКИ ТРАНСПОРТИРОВКИ И ЛОГИСТИКИ СКЛАДИРОВАНИЯ КАК ПУТЬ К СНИЖЕНИЮ ПОТЕРЬ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В настоящее время автоматизация логистики является одним из факторов, способствующих ее эффективности и результативности. Автоматизация логистики в компании способствует доставке материальных потоков в максимально возможном объеме и в кратчайшие сроки, развитию системы складирования. Внедряя современные системы управления логистики складирования, можно сэкономить на складских операциях.

Автоматизация логистики складирования значительно сокращает время доставки товара со склада, а значит, клиенты компании получают свои заказы быстро и в срок. Внедрение такой системы также может способствовать высвобождению дополнительных площадей на складе, которые можно передать для хранения товаров других компаний. В этом случае склад может означать даже дополнительный доход. Важно отметить, что внедрение такой системы не решит всех проблем, все зависит от правильной политики и культуры компании.

В настоящее время в сфере логистики транспортировки важным является повышение производительности и эффективности логистической деятельности. Эта система может обеспечить множество преимуществ, таких как автоматизированное планирование цепочки поставок товарного груза, составление оптимального маршрута перевозки. Кроме того, система управления логистикой доставки позволяет контролировать своевременность выполнения заказа.

В результате применения на предприятии систем автоматизации

транспорта и склада сокращается время обработки заявок на перевозку товаров, ускоряется отбор и выдача товарной продукции со склада, снижение затрат на персонал, а также снижение удельной стоимости доставки товара.

Цыкун И.Р.

Н. рук.: к.т.н., доцент Сайдашева В. А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОРСКОГО ТОРГОВОГО СООБЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ С КИТАЕМ

Совместный проект Российской Федерации (РФ) и Китая под названием «Ледяной шелковый путь» будет способствовать объединению стратегических инициатив двух стран и развитию всестороннего сотрудничества в Арктике. Данный замысел реализуется благодаря договоренности президентов в Москве в 2017 году. Это связано с развитием Северного морского пути и открытием маршрута через Северную Россию и Северный Ледовитый океан, поскольку глобальное потепление оказывает негативное влияние на перевозки.

План под названием «Видение морского сотрудничества в рамках инициативы «один пояс, один путь» , определяет приоритеты строительства Морского Шёлкового пути 21 века и направлен на создание торговых и инфраструктурных логистических сетей, соединяющих Азию с Европой и Африкой по маршрутам древнего Шелкового пути. Сформирован проект «Экономический пояс Шелкового пути» и «Морской шелковый путь 21-го века» на основе планов Китая по строительству трёх океанских «голубых экономических коридоров»: Китай-Индийский океан-Африка-Средиземное море, который будет проходить на запад через Южно-Китайское море в Индийский океан и в Африку и Европу, в то время как Китай-Океания-Южно-Тихоокеанский - через Южно-Китайское море в Тихий океан, чтобы получить доступ к западному побережью Америки, а также Японии и Корее. Это позволит решить проблемы логистики РФ в нынешней политической ситуации.

На протяжении ряда лет Россия уже создавала портовые сооружения вдоль северного маршрута, протянувшегося с северо-запада в Кандалакше в Североморск, в Мурманск, порт Архангельск, Витино, Нарьян-Мар, Беломорск, Диксон и Дудинка на Енисейском заливе, Игарка, Тикси и Певек. Данный проект в связи с санкциями и политическими причинами стал востребован и его реализация стала возможна благодаря производству и спуску на воду первых атомных ледоколов серии «22220».

Список использованной литературы

1. Ледоколы пр. 22220. Технические преимущества и перспективы судоходства. [электронный ресурс] Режим доступа: <https://topwar.ru/179865-ledokoly-pr-22220-tehnicheskie-preimuschestva-i-perspektivy-sudohodstva.html>

Вход свободный

2. Новый проект России и Китая «Ледяной шелковый путь». [электронный ресурс] Режим доступа: www.morvesti.ru/news/1679/67701/ Вход свободный

Чернова Т.Е.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

СУЩНОСТЬ ТАМОЖЕННОГО ДЕКЛАРИРОВАНИЯ ТОВАРОВ

Для более полного охвата исследования термина «таможенное декларирование», необходимо более широкое рассмотрение вопроса и установление его экономической природы.

Процесс по перемещению грузов или продукции через таможенную границу осуществляется в соответствии с правилами, требованиями и нормами, которые установлены таможенным законодательством. В основе таможенного декларирования лежит обязательность выполнения всеми участниками внешнеэкономической деятельности этих правил. Основным моментом для таможенного оформления является декларирование – это когда в таможенные

органы подается заявление, которое содержит сведения и информация о перевозимых товарах, о выбранном таможенном режиме и иные данные, необходимые для таможенных целей, и которое соответствует установленной форме. [1, с. 63].

Таможенное декларирование – обязательная таможенная процедура, которая регулируется Таможенным кодексом и другими правовыми актами РФ для [1, с. 63]:

– того, чтобы установить контроль над материальными объектами, перемещаемыми через таможенную границу РФ;

– предотвращения вывоза из страны национальных ценностей;

– взимания с участников внешнеэкономической деятельности таможенных платежей;

– того, чтобы при попадании на территорию страны опасных грузов обеспечить ограничения, связанные с особенностями данных грузов.

Декларирование обязательно осуществляется в случаях, когда через таможенную границу России производится перемещение товаров, грузов или транспорта; при изменении таможенного режима (например, в случае когда товар, помещённый под режим «таможенный склад» для хранения продается покупателю, производится смена режима – режим «таможенный склад» изменяется на режим «переработка для внутреннего потребления»); других процедур, установленных законодательством (например, при отзыве или аннулировании лицензии у магазина, осуществляющего торговлю продукцией, находящейся под таможенным режимом «беспошлинная торговля», данная продукция подлежит повторному таможенному оформлению с подачей новой таможенной декларации).

Информация, полученная в результате декларирования продукции или транспорта, представителям таможенных органов для организации ветеринарного, экологического, фитосанитарного, радиоактивного контроля, государственного контроля на границе; для борьбы с контрабандой или другими нарушениями таможенных норм; для регулирования ВЭД (внешней

экономической деятельности); для налоговых целей; для осуществления лицензирования, квотирования и др.; для ведения таможенной статистики [2, с. 125].

Декларация подается либо самим перемещающим груз лицом (декларантом), либо таможенным брокером.

Российское законодательство предусматривает следующие формы декларирования [1, с. 65]:

1) Устная форма – когда делается заявление, что в перемещаемом грузе нет товаров, которые подлежат обязательному декларированию. Эта форма используется исключительно физическими лицами, когда перемещаются товары для некоммерческого (личного) пользования (багажа, ручной клади и пр.). Устное декларирование используется в системе двух коридоров («красного» и «зелёного»): выбор физическим лицом и прохождение через «зелёный» коридор означает его заявление, что у него нет товаров обязательных к декларированию. Система двойного коридора облегчает работу таможи, сокращает время досмотра и упрощает процедуру контроля.

2) Электронная форма – когда документы предоставляются в электронном виде, оформление товаров происходит через интернет. К предоставляемым документам относятся: декларации, коммерческие документы (контракты, соглашения, договоры, спецификации и пр.), транспортные документы, платежные поручения и другие.

3) Письменная форма – когда все сведения и информация о продукции, подлежащей декларированию, предоставляется на бумажном носителе.

На территории РФ наибольшее распространение получили письменная и электронная формы декларирования.

Письменная форма декларирования допускает подачу в качестве декларации заявления в произвольной форме, либо в виде таможенной декларации в установленных формах, а также перевозного (транспортного) документа.

В письменной форме декларируются товары для личного использования.

Исключение составляют товары, которые перемещаются от одного таможенного органа до другого без оплаты платежей и товары, пересылаемые с помощью международных почтовых отправлений.

При электронном декларировании документы предоставляются в электронной форме и должны быть заверены и подтверждены электронной цифровой подписью. Электронная декларация проверяется специальной информационной таможенной системой в течение трёх рабочих часов с момента её принятия.

Рассмотрим основные виды таможенного декларирования [3, с. 106].

Полное декларирование – заполняется на всю ввозимую и вывозимую продукцию.

Неполное декларирование – допускается предоставление частичной информации, применяется для вывозимых товаров (при экспортных поставках). Данный вид применяется в случаях, когда декларант не располагает, по независящим от него причинам, всеми необходимыми для оформления данными. В этом случае в срок не превышающий 8 месяцев после выпуска товара декларант обязан внести изменения в декларацию, дополнить её недостающими сведениями.

Временное декларирование – применяется лишь к вывозимым товарам или при перемещении товаров между странами – членами ЕАЭС, когда неизвестны точные стоимость и количество продукции, нет достаточной информации, необходимой для начисления таможенных выплат;

В случае, когда документы на товар иностранного производства подаются для оформления до момента прибытия данного товара на таможенную территорию или, когда не завершена процедура транзита, применяется предварительное декларирование.

По виду декларирования и способу оформления декларации тоже существуют различные варианты:

– декларация на груз или товар – применяется при транспортировке продукции или товаров в ходе внешнеэкономической деятельности, за

исключением таможенного транзита;

– транзитная декларация – используется при помещении груза под режим таможенного транзита. В декларации данного вида включаются транспортировочная и коммерческая документация;

– декларация на транспорт – оформляется при пересечении границы различными видами транспортных средств, а также транспорта, осуществляющего международные перевозки.

– пассажирская таможенная декларация – применяется физическими лицами в отношении товаров с целью использования для собственных нужд.

Оформить декларацию данного вида имеет право лицо по достижении 16-летнего возраста.

Порядок и форма заполнения всех видов деклараций утверждаются соответствующими Решениями КТС.

Таким образом, любое перемещение товаров, транспортных средств сопровождается подачей таможенному органу таможенной декларации в форме, установленной законодательными нормами, которая может сопровождаться оплатой таможенных платежей. Для того, чтобы подать декларацию участник ВЭД должен пройти регистрацию на таможне.

Физические лица обязаны задекларировать купленные за границей в интернет-магазинах товары и личные вещи, не предназначенные для коммерческого использования. Для юридических лиц или индивидуальных предпринимателей (ИП) при таможенном декларировании обязательно указание процедуры, под которую помещается перевозимый товар. Данное условие не обязательно при декларировании припасов или транспортных средств. Товары, перевозимые любым видом транспорта, тоже подлежат обязательному декларированию. Результатом действий таможенных органов являются: прием деклараций, прием платежей и осуществление контроля за перемещением товаров через таможенную границу. В случаях нарушения, не исполнения требований законодательства по регулированию ВЭД или в случае предоставления недостоверной информации при декларировании

предусмотрена административная или уголовная ответственность.

Список литературы

1. Абакумов, Л. Л. Таможенное администрирование и электронное декларирование [Текст] / Л. Л. Абакумов // Проблемы и достижения современной науки : сб. материалов международной науч.–практ. конф., Уфа, 20–21 мая 2020 г. / под ред. Т. С. Искужин [и др.]. – Новосибирск : НГАВТ, 2020. – С. 63 – 67.

2. Аванесов, С. Б. Роль таможенного регулирования ВЭД в современных условиях [Текст] / С. Б. Аванесов // Наука и современность . – 2019. – № 15–3. – С. 125 – 129.

3. Белозеров, И. И. Таможенные органы в процессах активизации внешнеэкономической деятельности региона [Текст] / И. И. Белозеров, М. В. Мальгина // КАНТ. – 2019. – № 2(5). – С. 4 – 6.

Чугреев Д.В.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ДРОНЫ НА СТРАЖЕ ЛОГИСТИКИ

Актуальность данной темы состоит в том, что мы стоим на пороге новой логистической революции: уже в будущем до 80% рабочих мест в логистике займут роботы, уверены исследователи из Оксфордского университета. И вполне возможно, что уже через 10–20 лет беспилотные дроны –грузовики будут забирать грузы с полностью автоматизированных «умных» складов и доставлять в разгрузочные хабы, откуда они продолжают путь к адресатам с помощью летающих беспилотников –курьеров.

Один из наиболее заметных трендов сегодня – использование дронов в логистических целях. Здесь преобладают два направления: аппараты для складов, считывающие штрих коды на упаковках, и для доставки последнего километра.

Со основатель компании KivaSystems, занимающейся разработкой беспилотных летающих аппаратов, оценил стоимость доставки дронами груза весом до 5 кг: она составляет 5 рублей, а наземная доставка груза, аналогичного по параметрам, стоит от 100 до 500 рублей. Правда, проблем внедрения на пути развертывания и разработки этого проекта немало. Они как технические (тестируются разные варианты доставки: сброс груза на парашюте, спуск на тросе, доставка на специально установленную площадку).

Самые оптимистичные прогнозы относят появление в России доставки дронами к 2025 году. Беспилотные технологии все-таки развиваются. По оценке NASA, к концу 2023 году в мире будет насчитываться 7 млн дронов, включая 2,6 млн коммерческих.

Дроны многим казались только игрушками, но они уже работают на некоторых складах, а по прогнозам эти технологии станут использоваться в недалеком будущем пятая часть всех логистических компаний.

Шакирова Р. Р.

Н. рук.: ст. преподаватель Рабазанова А.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

Казань, Россия

БУДУЩЕЕ СОВРЕМЕННОЙ ЛОГИСТИКИ: КОНТЕЙНЕРИЗАЦИЯ

Сегодня постоянно ведутся размышления о будущем логистики, многие эксперты утверждают, что контейнеризация сыграет в нем большую роль. В перевозках контейнерами есть много плюсов. Транспортировка больших объемов, обычные и холодильные контейнеры позволяют перевозить большой ассортимент товаров, сам контейнер может быть своеобразным складом, что сэкономит финансовые ресурсы компаний, также для контейнерных перевозок уже есть хорошо разработанная инфраструктура.

В эпоху глобализации одним из наиболее ценных преимуществ контейнеризации, является стандартизация. Одинаковые параметры размера, правила и требования к показателям качества могут применяться по всему миру.

Это упростит перевозки и сделает их более инклюзивными.

Конечно, есть и минусы, такие как высокая стоимость, необходимость в использовании большого количества портовых площадей, также некоторые контейнеры иногда возвращаются пустыми из-за торгового дисбаланса. Но с развитием этого сектора данные проблемы станут легче решить. [2]

Использование технологии блокчейн, сделает контейнерные перевозки более прозрачными и предоставит доступ к необходимой информации всем участникам. Это может решить некоторые проблемы и стать инструментом для бенчмаркинга. Получив доступ к этой сети, все участники цепей поставок помогут сделать перевозки быстрее, дешевле и безопаснее. [1]

Сам контейнер очень универсален. Груз можно отправить морем, грузовиком или поездом. Пустые контейнеры есть возможность переработать. Кроме того, в настоящее время многие инновационные проекты превращают контейнеры в места для жизни, или их можно превратить в место для хранения вещей. Это подарит контейнеру вторую жизнь, сделав его более экологичным.

Список литературы

1. Balci G., Surucu-Balci E. Blockchain adoption in the maritime supply chain: Examining barriers and salient stakeholders in containerized international trade //Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review. – 2021. – Т. 156. – С. 102539.
2. Thang T. V. Proposing an Automation Concept for a Logistics Company. – 2021

Шакирова Р. Р.

Н. рук.: к.т.н., доцент Сайдашева В. А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

Республика Татарстан (РТ) обладает хорошо развитой транспортной

инфраструктурой, которая включает в себя как железнодорожные пути, так и дороги для автотранспорта. Правительство РТ, согласно целевым программам, продолжает её расширение. В качестве примера можно привести реализацию проекта транспортной магистрали М–12, которая является одним из перспективных направлений текущих инвестиций.

М–12 – это трасса Москва–Казань, которая в 2024 году, проходя через РТ, свяжет между собой около 20 регионов. Это благоприятно скажется не только на инфраструктуре и логистике региона, но и на развитии промышленности, значительно сокращая транзакционные издержки, в частности затраты времени и средств на перевозки материальных ресурсов. После реализации этого проекта планируется что Казань станет связующим звеном между Западом и Востоком, и это станет огромным трамплином для экономики республики. [1]

Время, затрачиваемое на проезд от Москвы до Казани, уменьшится почти вдвое, то есть с 12 часов до 6,5 часов. К концу 2022 года уже планируется построить 570 км магистрали из 811 км.

2022 год стал рекордным для РТ по инвестициям в сферу строительства и ремонта дорог. Будут реализованы три крупных и важных проекта, включающие в себя не только седьмой и восьмой участки платной трассы М–12, но и в обход городов Набережных Челнов и Нижнекамска, трасса М–7, и дорога Алексеевск–Альметьевск на участке Шали–Бавлы. [2]

Ввиду того, что республика находится в постоянном развитии и совершенствовании, это точно не станет итоговой точкой на пути РТ в расширении и обогащении своей транспортной инфраструктуры.

Литература

1. Трасса М–12: как идет строительство татарстанского участка магистрали // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://kazanfirst.ru/articles/582369>, дата обращения: 29.10.2022.

2. Новые дороги и развязки: какие масштабные открытия произошли в транспортной инфраструктуре Татарстана // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://trt-tv.ru/news/novye-dorogi-i-razvyazki-kakie-masshtabnye->

otkrytiya-proizoshli-v-transportnoj-infrastrukture-tatarstana/, дата обращения:
29.10.2022.

Шакирова Р. Р.

Н. рук.: к.т.н., доцент Сайдашева В. А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПРОБЛЕМЫ СТРАХОВАНИЯ ГРУЗОВ ПРИ ПЕРЕВОЗКАХ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ЛОГИСТИКЕ

Многим отраслям экономики России был нанесен значительный удар ограничениями во время пандемии COVID-19, а также введением западных санкций. Не исключением является и сфера страхования. Страхование грузов и транспортных средств является одним из гарантов безопасности и инструментом снижения рисков для транспортных компаний при перевозках.

На страхование перевозок топлива уже был введен запрет, что значительно затруднит поставки российской нефти в третьи страны. В связи с этим многие западные страховые компании уже стали избегать работы с российскими судами и даже с судами других стран, подгрузившими российские грузы. [2].

От введения жестких санкций страдают не только морские перевозки, но и весь транспортный сегмент. Перестраховочные емкости, которые использовали многие компании-грузовладельцы, находились за границей. В настоящее время, когда под санкции попали компании, входящие в банковские группы: АО «Совкомбанк лайф», ПАО «Росгосстрах», АО «РТС-Холдинг», АО «Сбербанк страхование», АО «Совкомбанк страхование», российскому рынку страховых услуг сложно справляться с серьезным санкционным давлением, что логически формирует необходимость поисков резервов.

Отметим, что ухудшают ситуацию и вынужденные ответные меры России, запрещающие пользоваться услугами международных страховых брокеров. [1].

Список литературы

1. Домнина О. Л. Влияние санкций на транспортное страхование // Современная модель развития страхового рынка: приоритеты и возможности. – 2022. – С. 154–157.
2. Чем опасен запрет на страхование танкеров с российской нефтью // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/02/06/2022/629769549a79473ee1336696>, дата обращения: 20.10.2022.

Юнусов А.И.

Н. рук.: преподаватель Ишмаева Е.Г.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Набережные Челны, Россия

АУТСОРСИНГ КАК ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В ЛОГИСТИКЕ

Аутсорсинг – передача организацией на основании договора определённых видов или функций производственной предпринимательской деятельности другой компании, действующей в нужной области. Аутсорсинг позволяет повысить эффективность предприятия в целом и использовать освободившиеся организационные, финансовые и человеческие ресурсы для развития новых направлений или концентрации усилий, не требующих повышенного внимания. Также аутсорсинг позволяет облегчить деятельность сотрудников, высвобождает им время для эффективной работы.

С целью разработки путей повышения эффективности аутсорсинга и оптимизация деятельности предприятия ООО «ЛТ Глобал Форвардинг» был проведен анализ процессов, переданных сторонней организации. Компания ООО «ЛТ Глобал Форвардинг» имеет свой склад в Китае, взятый под аутсорсинг, который помогает компании сокращать затраты на персонал и социальные обязательства, экономить на управленческих ресурсах, растет качество получаемых услуг, открывается возможность быстрой реорганизации бизнеса, повышается его гибкость.

Предприятие ООО «ЛТ Глобал Форвардинг» передает свой груз в аутсорсинг на хранение и на его обслуживание уже несколько лет лишь одному специализированному складу в Китае, который предлагает основной спектр логистических услуг, необходимых предприятию ООО «ЛТ Глобал Форвардинг»: (ответственное хранение; грузоперевозки; оснащенность склада новейшими оборудованием; контроль склада; ведется тщательная приемка и обработка прибывших грузов; фасовка, комплектация и другие дополнительные сервисы.)

Юсупзянова А.Г.

Н. рук.: д.э.н., профессор Таишева Г.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ ЛОГИСТИКИ СБЫТА (РАСПРЕДЕЛЕНИЯ)

Актуальность выбранной темы определяется тем, что в условиях современной рыночной экономике каждое предприятие сталкивается с проблемой оптимизации своей деятельности и снижения издержек. Тема логистики распределения (сбыта) на предприятии на данный момент важна и актуальной для изучения в рамках данной статьи.

Целью данной статьи является изучение сущности и содержания процессов распределения, а также роли логистики в распределении товаров.

Для достижения этой цели необходимо решить несколько задач:

- описать сущность, функции и задачи логистики сбыта (распределения);
- описать координацию потоков в логистике сбыта (распределения);
- описать каналы распределения, их виды и методики построения.

Под логистикой распределения (сбыта) понимают управление транспортировкой, хранением и всем другими деятельностью для доставки конечного продукта потребителю с учетом его требований и преимуществ. Логистика сбыта (распределения) – это отрасль логистики, которая занимается

анализом и применением законов и моделей сбыта (распределения) продукции. Она охватывает всю дистрибьюторскую сеть: маркетинг, транспорт, склад и др.

Сбыт оказывает значительное влияние на деятельность организации, поскольку он обеспечивает компанию финансовыми ресурсами, которое ему необходимо. Плохо организованный процесс продаж на предприятии может привести к ущербу для бизнеса в конкурентной борьбе. Поэтому нужно быть очень осторожным в управлении сбыта на предприятии. Для этого нужно использовать логистику, так как использование только маркетинговых подходов недостаточно.

Логистика осуществляет сквозное управление материальными потоками:

- распределяет заказы между различными поставщиками;
- распределяет материальные запасы;
- распределяет грузы по складам на предприятии;
- распределяет материальные запасы во время продажи.

Логистика сбыта (распределения) включает в себя определение предмета, цели, объектов и субъектов, характера и содержания сбыта.

Следовательно, основной целью логистики сбыта (распределения) является выбор схемы распределения материального потока таким образом, чтобы товар был доставлен в нужное время, в нужное место и с наименьшими затратами.

Предметом логистики сбыта (распределения) является перемещение товаров и услуг от производителя к потребителю и наоборот.

Субъектами сбыта (распределения) являются производители, посреднические институты, потребители.

Объектом логистики сбыта (распределения) является материальный поток.

Логистика сбыта (распределения) стала конкурентным инструментом и базой контроля в реализации практических и маркетинговых мероприятий от эффективности логистической системы. Эффективность логистической системы зависит от улучшения планирования загрузки и использования производственных и инфраструктурных мощностей, соблюдение и улучшения дисциплины поставок, снижению затрат на продажу и повышение

эффективности предприятия.

Важнейшими функциями логистики сбыта (распределения) являются:

- планирование, организация и управление транспортными процессами в логистической системе;
- управление запасами;
- полученная и эффективная обработка заказов;
- комплектование, упаковка и выполнение многих других логистических операций в логистической деятельности;
- рациональная организация доставки;
- управление доставкой и контроль за выполнением логистических операций;
- планирование, организация и управление сервисом.

Совокупность всех функций логистики сбыта (распределения) формирует цикл распределения, который обеспечивает связь между производителем и потребителем, что очень важно в этой области. Этот цикл состоит из передачи, обработки, комплектования, транспортировки и доставки товаров.

Правильная организация логистики сбыта (распределения) приносит организации больше преимуществ, чем конкурентам, которые не используют правильную организацию. Выгода заключается в повышении эффективности производства, снижении затрат на рабочую силу, уменьшении потерь рабочего времени и повышением рентабельности производства.

Таким образом, можно сделать вывод, что логистика сбыта (распределения) предполагает процесс сбыта (распределения) материального потока конечному потребителю. Логистика сбыта (распределения) дает организации преимущество перед конкурентами за счет доставки товаров в нужное время и в нужном количестве с наименьшими затратами, что очень важно для любой организации.

Список литературы

1. Александров О.А. Логистика: учеб. пособие / О.А. Александров. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 2017 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). –

www.dx.doi.org/10.12737/6651. – свободный – дата обращения 29.06.2022

2. Фатхутдинов, Р. А. Организация производства: учебник / Р. А. Фатхутдинов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА–М, 2020. – 544 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – свободный – дата обращения 29.06.2022

3. Управление снабжением и сбытом организации: учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин, А.В. Бодренков. – Москва: ИНФРА–М, 2021. – 288 с. – (Высшее образование: Бакалавриат) – свободный – дата обращения 29.06.2022

Ярмонов В.С.

Н. рук.: к.э.н., доцент Хамидуллина Ф.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

АВТОМАТИЗАЦИЯ И РОБОТИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ И ВСЕХ СФЕР ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВА

Автоматизация – это понятие, включающее в себя внедрение различных процессов и действий, выполняемых в автоматическом режиме благодаря различным приборам, программам и даже роботам, то есть по большей мере, исключая прямое воздействие людей. В свою очередь, роботизация касается сугубо вытеснения людей различными механизмами и производственными станками, имеющими перепрограммируемое устройство, то есть роботами.

Главными целями автоматизации и роботизации являются заметный рост производительности труда, повышение качества готовой продукции, выполняемых работ и услуг, а также оптимизация всех процессов. Автоматизация охватывает обширный круг видов деятельности, в том числе производство, снабжение, складирование, управление предприятием и т.д.

Выделяют два основных вида автоматизации: комплексная, где большинство процессов осуществляются с помощью различного оборудования и частичная, где автоматизация применяется на отдельных процессах. Также возможно деление автоматизации на четыре условных уровня: нулевой, самый

простой уровень, связанный с обычной механизацией; первый, данный уровень предполагает связь между работником и оборудованием в тандеме, к примеру, использование станков; второй, чаще всего связан с контролем оборудования, транспортными процессами, утилизацией и управлением комплексом приборов, обычно на этом уровне используются автоматизированные линии; третий, в него обычно входят программно-аппаратные комплексы, выполняющие перечень тех или иных однородных задач, по типу системы видеонаблюдения. Выделяют четыре основные категории использования автоматизации: погрузочно-разгрузочные работы, скоростные перемещения, обработка и сборка/контроль.

Универсальность, многозадачность, выгода в использовании, широкая разновидность, а также постоянное совершенствование технологий, расширение спектра применения, простота в освоении позволяют судить о комплексной автоматизации и роботизации всех сфер жизнедеятельности общества.

СЕКЦИЯ №8. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

Альмухаметова Э.И,

Н. рук.: к.т.н., доцент Маслов И.Н.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

УНИВЕРСАЛЬНАЯ ИНВАЛИДНАЯ КОЛЯСКА

Задача дизайн-плана - создание многофункциональной инвалидной коляски, специализированной для деток с ограниченными способностями с 5-14 лет. На сегодняшний день инвалидные коляски создаются в разных государствах.

Но более удобные коляски имеют весьма большую цену - от 135 тыс. руб. Покупатели среднего класса не могут иметь возможность для себя подобную богатство, по этой причине они заинтересованы в наиболее недорогих, но практичных, а также надежных инвалидных колясках. Доступные коляски довольно просты согласно функциям, выполняются не из самых высококачественных материалов.

Особенно нужно отметить младенческий раздел. Детки стремительно растут, и менять коляски как оказалось не всегда легко. Выходом из этой проблемы представляется формирование многофункционального решения о смене не целой коляски, а только лишь ее девайсов. Этим наиболее уменьшается цена, увеличивается многофункциональность, продукт способен являться унифицированным. Создание стартовала с рассмотрения имеющихся коляски, их плюсов, а также минусов, что был подкреплен выборочным опросом пользователей, ортопедов, а также травматологов. Данные изучения предоставили значимый материал с целью

проектирования. Несколько исследований за колясочниками помог выделить трудности, к которым инвалиды привыкли, а также почти никак не обращали внимание. Данный значимый подход, который привнес в дизайнерский процедура вспомогательные сведения с целью проработки.

Эргономический исследование предоставил установить ключевые физиологические характеристики, оказывающие большое влияние в положение самочувствия, а также потребность опций, избавляющих дискомфорта, а также отрицательных результатов.

Согласно итогам изучений, был проложен примерный эскиз. Он предоставил возможность сосредоточиться в более важных вопросах. Мысли, возникавшие согласно процесса эскизирования, собрали базу единого строя полезных находок, а также необычных, оригинальных заключений. Значение данных новаций содержался в этом, чтобы коляска имела возможность просто приспособливаться, обладала комфортные легкодоступные регулирования, была безопасна в эксплуатации, а также доступный по цене.

Созданное кресло-коляски в необходимой грани многофункционально. Она способен применяться равно как для повседневной жизни, а также на улице. Кресло обладает требуемые регулирования вместе с учетом возраста, веса, а также роста детей. Изобретена облеченная система колеса, размер коего возможно изменять. Изобретена легкая, а также прочная концепция крепежа, а также фиксации элементов. Система усилена компонентами защищенности, а также контролирования. Кресло, а также его элементы просто рассматривать, а также обеззараживать, плодотворное заключение гарантирует несколько добавочных функций, увеличивающих его удобство. Наибольшая масса коляски - 10,5 килограмм, приблизительная цена - 40 000 руб.

Беляева В.Н.

Н. рук.: к.с.н., доцент Фролова И.И.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ ПРИ УПРАВЛЕНИИ КАЧЕСТВОМ

Актуальность темы исследования обусловлена важностью проектирования мотивационных процессов на предприятии для обеспечения

качества и производительности труда сотрудников предприятия.

Мотивация персонала является одним из важных аспектов качества трудовой деятельности персонала. Процесс мотивации персонала в процессе производства продукции выступает как побудительный механизм к действию и проектированию модели трудового поведения для обеспечения качества и производительности труда. Управление мотивационными процессами актуализируется в международных стандартах на СМК ISO 9001:2015.

В процессе исследования были исследованы следующие мотивационные процессы: мотивация и стимулирование труда персонала, охрана труда и обеспечение удовлетворённости условиями труда, развитие персонала.

За мотивационные процессы отвечает группа по кадровым вопросам, в которую входят следующие структурные подразделения: отдел кадров; отдел по развитию персонала.

К недостаткам мотивационного процесса развития персонала относятся следующие:

- преобладание лекционных курсов в программах обучения;
- отсутствие связи между планами обучения и тематикой проводимых курсов обучения (качественное несоответствие);
- количество фактически прошедших обучение и запланированное количество разнятся;
- не актуальные программы обучения;
- низкий уровень внимания к компетенции управленческого персонала и к повышению квалификации управленческого персонала.

Таким образом, выявленные дефекты в ООО «Челны-Бройлер», связанные с уровнем квалификации персонала, представляют собой базу для разработки направлений по совершенствованию мотивационного процесса формирования кадрового потенциала.

Бермас А.И.

Н. рук.: к.т.н., доцент Маслов И.Н.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

**ПЕРЕРАБОТКА РЕЗИНОВЫХ ШИН В КРОШКУ В ЦЕЛЯХ
ПОВЫШЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО И ЭКОНОМИЧЕСКОГО
СОСТОЯНИЙ СТРАНЫ**

Тема переработки автошин имеет важное экологическое и экономическое значение, потому что каждый год миллионы тон старых автомобильных шин покрывают полигоны. Тем самым загрязняют землю, воду, а также повышают риск загрязнения атмосферного воздуха вследствие возможного возгорания. Самый экологичный метод, на мой взгляд, переработка автошин в крошку. Оборудование для измельчения резины представляет собой вращающийся барабан с множеством ножей внутри. Шина подается к зажиму, устанавливается и фиксируется с помощью специального механизма или же ручным способом. Затем к зафиксированной шине подводятся режущие приспособления и запускается процесс размельчения. Размер получаемой резиновой крошки зависит от скорости размельчения, которая устанавливается специалистом. Чем быстрее движение, тем более крупная крошка получается и наоборот. Полученную крошку можно использовать как сырье для получения новых товаров. Резиновой крошкой (1-5мм) покрываются футбольные, баскетбольные и детские площадки, даже набивается спортивный инвентарь. И все мы можем заметить, как стало популярно резиновое покрытие на различных игровых площадках. Более глобальную помощь крошка оказывает при производстве резиновых плит для железных дорог. Я думаю, этот способ дает возможность не только улучшить экологическое состояние нашей страны, но и хорошо заработать. Мы очистим почву, воздух, воду и нам станет приятней гулять и играть на площадках с покрытием из резиновой крошки.

Газизов А.И.

Н. рук.: к.с.н., доцент Фролова И.И.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ ПРОЦЕССА КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА НА ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Актуальность темы обусловлена важностью контроля качества как инструмента обеспечения производства бездефектной продукции. Создание эффективной системы контроля качества позволяет обеспечить производство конкурентоспособной продукции.

Выделены следующие недостатки процесса контроля качества продукции ООО «Август 116»:

- процессы контроля осуществляются не достаточно оперативно;
- входной контроль качества материалов производится не всегда;
- высокая доля дефектности закупаемых материалов при входном контроле;
- нечетко разграничены полномочия и ответственность между работниками ОКК и рабочими производственных цехов на предприятии.
- увеличение доли дефектной продукции при всех видах контроля;
- увеличение численности рабочих, допустивших брак.
- снижение ответственности рабочих за качество в процессе внутреннего контроля;
- отсутствие вовлеченности рабочих в процессы совершенствования качества продукции.

Для улучшения процесса контроля качества предлагаются следующие пути:

1. Стандартизированная работа в процессе технологических операций.
2. Совершенствование затрат на качество при проведении контроля качества.
3. Обеспечение вовлечённости и мотивации персонала в процесс

контроля качества.

4. Совершенствование этапов контроля качества.
5. Внедрение самоконтроля на предприятии.
6. Совершенствование коммуникаций с персоналом в процессе контроля.

Гильмутдинов Р.Р.

Н. рук.: к.т.н., доцент Маслов И.Н.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

**РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ КОНТРОЛЯ
ГЕОМЕТРИЧЕСКИХ ПАРАМЕТРОВ ДЕТАЛЕЙ ГТД С
ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИЗМЕРИТЕЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ
ОБОРУДОВАНИЯ С ЧПУ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ПРОИЗВОДСТВА НАУКОЕМКОЙ ПРОДУКЦИИ**

Достижение требуемой точности изделий машиностроения определяется на этапах обработки и контроля. Контроль оказывает влияние на точность настройки и поднастройки оборудования и принятия решения о годности деталей. Таким образом, без своевременного, высокопроизводительного, точного контроля невозможно обеспечить выпуск качественной продукции.

Традиционно контроль геометрии деталей ГТД непосредственно на оборудовании осуществляется с использованием универсальных средств измерения (штангенциркуль, микрометр) и контрольно-измерительных приспособлений. Однако такие средства измерения не позволяют контролировать множество всех геометрических параметров деталей ГТД. В ряде случаев может быть экономически и технически целесообразным внедрение встроенной технологии контроля с использованием аппаратно-программных возможностей оборудования с ЧПУ (контактных щупов).

В работе рассматриваются вопросы разработки технологии контроля геометрических параметров деталей ГТД с использованием измерительных устройств современного оборудования с ЧПУ. Исходя из последовательности

реализации технологии контроля на оборудовании с ЧПУ , проанализируем аппаратно-программные возможности оборудования и систем ЧПУ с точки зрения возможностей и путей реализации технологии контроля.

В качестве аппаратных возможностей оборудования выступают измерительные системы обрабатывающих центров, в основе которых лежат контактный и лазерный методы измерений. Наибольшую универсальность, точность и распространённость для широкого круга задач имеет контактный метод контроля. Точность измерения контактных щупов достаточна для контроля многих ответственных технологических параметров деталей машиностроения. Повторяемость измерений в точке контакта для большинства измерительных датчиков находится в диапазоне от 1 до 0,25 мкм.

Большие погрешности при измерениях с использованием датчиков возникают из-за несовпадения осей измерительного наконечника и датчика. Необходимо учесть эту ошибку посредством её определения в операции калибровки и дальнейшего учёта при обработке результатов измерений.

Проанализировав большое многообразие стандартных циклов измерения, заложенных в системе ЧПУ станком, приходим к выводу, что для реализации данной технологии контроля интерес представляют три наиболее существенные группы циклов:

- автоматическое определение произвольного положения детали;
- автоматическое определение опорных точек;
- автоматическое измерение заготовок.

Применение цикла «автоматическое определение произвольного положения детали» в технологии контроля на оборудовании с ЧПУ является необходимым.

Данный цикл используется для базирования заготовки. Базирование применяется, если деталь не обрабатывалась до измерения и реальное её положение в пространстве не совпадает с номинальным, заданным в САМ-системе. Как правило, такая задача возникает, если деталь возвращается для доработки, ремонта или отсутствующим приспособления для точного установа.

Цикл «определение опорных точек» позволяет зафиксировать исходную точку детали для начальной точки траектории движения контактного щупа. Данный цикл имеется во многих станках с ЧПУ, поэтому его применение для рассматриваемой технологии является возможным и необходимым.

Применение цикла «автоматическое измерение заготовок» в рассматриваемой технологии контроля позволяет произвести контроль точности геометрически простых деталей. Большинство обрабатываемых деталей обычно имеют плоскости и отверстия.

Поэтому один из способов контроля геометрически простых деталей является их разбивка на простые элементы (Плоскость-Прямая-Точка). При контроле геометрически сложных деталей этих трех элементов недостаточно для высококачественного контроля.

В ходе анализа аппаратно-программных возможностей оборудования и систем ЧПУ приходим к выводу, что данные циклы позволяют контролировать следующую группу геометрических параметров: точность размеров (линейно - угловых), точность формы (отклонение от плоскости, отклонение от округлости, отклонение от цилиндричности). Однако контроль формы и расположения сложных поверхностей можно осуществить с использованием приведенных циклов посредством разработки оригинальных алгоритмов обработки, передачи и хранения информации.

Егоров Р.А.

Н. рук.: к.т.н., доцент Маслов И.Н.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

БЕЗВОЗДУШНАЯ ШИНА

Такое устройство, в котором функцию воздуха берут на себя два ряда крепких резиновых спиц (термопластичных) специального сечения. Пластины отличаются сетчатой конструкцией, и каждый следующий виток направлен в противоположную сторону от предыдущего. Благодаря этому, шина становится

легче, отличается меньшей упругостью, а главное — в ней нет воздуха. Безвоздушной шине не страшен гвоздь или яма — она не боится физических повреждений. Популярность данных видов шин в военной сфере очевидна - она не боится пробития пулей или осколком снаряда. В промышленном же плане эти шины способствуют снижению рисков на предприятии в виде: Простая транспортировки или загрузки товаров из-за спущенного (пробитого колеса) у погрузчика и др.

Наша легкая шина облегчает динамику разгона и торможения, а также с меньшей силой передает на рулевое колесо неровности дороги, улучшая плавность хода она снижает потребление топлива. Тем самым уменьшает количество выбросов в атмосферу. Изготавливаются из синтетического полиуретана, и на целых 95 % могут быть вторично переработаны. При этом очень важно подметить, что нет никаких вредных выбросов в атмосферу. Так что их можно назвать колесами завтрашнего дня, никаких проколов, экологически безопасные, да и почти на все сто процентов поддаются вторичной переработке.

Достоинства:

- прежде всего, такие шины абсолютно не боятся проколов, а значит, смогут прослужить намного дольше;
- они значительно легче обыкновенных колес, таким образом, расход топлива должен намного снизиться;
- отсутствие вредных выбросов в атмосферу при переработке, что очень важно при нынешней экологической ситуации;
- работают значительно тише пневматических;
- при езде по неровной местности они не будут отскакивать, следовательно, вероятность того, что авто может перевернуться, уменьшается.

Нигаматуллина Л.Д.

Н. рук.: к.с.н., доцент Фролова И.И.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ НА ОСНОВЕ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА

Актуальность исследования связана с приоритетной ролью потребителя в цепочке создания продукции. И в этом огромную роль играет маркетинг.

Маркетинговая деятельность – это выстраивание компромиссных взаимодействий и взаимоотношений со всеми участниками рынка с учетом обеспечения их удовлетворённости и ожиданий потребителей. Стандарты на системы менеджмента качества ISO направлены на регламентацию всех процессов компании на основе риск-ориентированного мышления.

При анализе процесса "Управления маркетингом" были выявлены следующие недостатки:

– Отсутствие конкретного владельца процесса. В организационной структуре ООО «Природные ресурсы» нет отдельного специалиста по маркетингу.

– На предприятии отсутствует структурное подразделение, отвечающее за организацию системной маркетинговой деятельности.

– Не разработаны локальные нормативные документы, регламентирующие процесс "Управление маркетингом".

– Не эффективное функционирование маркетинговой информационной системы, формализм структуры сбытовой сети и маркетинга и координация работы сбыта.

– Не проводятся качественные маркетинговые исследования по исследованию внешней и внутренней среды, а также потребностей потребителей, отсутствует аналитика деятельности конкурентов.

– Не осуществляется деятельность по поиску и привлечению новых потенциальных потребителей молочной продукции.

– В торговом и коммерческом отделах не разрабатываются ни стратегические, ни тактические планы маркетинга, вся маркетинговая деятельность построена на основе разовых заданий заместителя директора по коммерческим вопросам.

– Не проводится сегментация потребителей.

Павлинова Т.И.

Н. рук.: к.т.н., доцент Маслов И.Н.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ АВТОБУСНОЕ ДВИЖЕНИЕ В ВЕЧЕРНЕ-НОЧНОЕ ВРЕМЯ

Общественный транспорт является важной составляющей в жизни людей, особенно в больших городах. Все мы прекрасно понимаем, что, допустим, в Казани сложно добираться из одного конца города в другой конец. Конечно, можно воспользоваться такси. Но мы понимаем, что это недешёвое удовольствие, его не может позволить себе каждый человек. Но часто происходит такое, что люди бывают на улице в достаточно позднее время, а общественный транспорт уже закончил свой последний маршрут.

А что же делать людям, которым нужно добраться из одной точки в другую, а на дорогое удовольствие, такси, просто-напросто нет лишних денег? Ведь таких людей очень много.

В чём заключается моя идея? Я считаю, что нужно сделать один ночной маршрут автобуса, который будет включать в себя проезд по всему городу. Можно сделать этот маршрут автобусов с интервалом 30 минут. А чтобы этот маршрут был выгоден государству, можно увеличить стоимость проезда в 2 раза.

Я думаю, что нужно сделать несколько проездов маршрута автобусов в вечерне-ночное время. Ведь правда достаточно большое количество людей любят или нуждаются находиться на улице в ночное время. Некоторые люди

просто любят проводить время с друзьями, с семьёй и тому подобное в позднее время на улице, некоторые люди работают до позднего времени, поэтому это было бы просто идеально, если автобусы ездили в ночное время.

Павлов А.Д., Павлов С.Д.

Н. рук.: к.т.н., доцент Маслов И.Н.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ЛУЧШИЙ ОБУЧАЮЩИЙ РОБОТ

Современные технологии стали неотъемлемой частью нашей жизни, ведь они очень помогают, как на работе, так и в быту. Технологический процесс вышел на такой уровень, что теперь можно даже приобрести робота для того, чтобы детям было проще обучаться. Так, например, в Южной Корее, в некоторых школах, можно встретить робота вместо учителя. Roboem - это робот телеприсутствия, разработанный компанией Yujin Robot в Сеуле. В стране не так много дипломированных учителей английского, потому что задачу преподавать знания данного предмета берёт на себя Roboem.

Им может управлять удаленно учитель-человек, но робот также имеет предустановленные автономные уроки на основе ПО интеллектуальных систем, таких как технологии отслеживания движения и распознавания речи. Если взять эту модель за основу, расширить функционал робота и сделать, чтобы он мог отвечать на множество базовых вопросов по другим предметам, то учебный процесс станет гораздо легче, как для учеников, так и для учителей.

Рыбаков И.Д.

Н. рук.: к.т.н., доцент Маслов И.Н.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ИНТЕГРИРОВАННАЯ ЛОГИСТИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА ПОСЛЕПРОДАЖНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ АВИАЦИОННЫХ ГАЗОТУРБИННЫХ ДВИГАТЕЛЕЙ И ГАЗОПЕРЕКАЧИВАЮЩИХ УСТАНОВОК

В наше время можно считать, что гражданские авиационные газотурбинные двигатели отечественного производства не будут хуже зарубежных образцов по функциональным и эксплуатационным характеристикам. Но составить конкуренцию могут только те газотурбинные двигатели, для которых предусмотрено обслуживание после продажи, которое обеспечивает готовность газотурбинных двигателей при снижении расходов потребителей, связанных с её использованием и поддержанием исправного состояния.

Часть стратегий развития авиастроительной отрасли - поддержание лётной годности и послепродажного обслуживания в применении воздушных судов. Сейчас в нашей стране появилась нужда развития эффективной системы обслуживания авиатехники после продажи.

В России ещё не налажена организация послепродажного обслуживания газотурбинных двигателей на базе международных стандартов интегрированной логистической поддержки, ведь до недавнего времени ИПП не уделялось достаточного внимания. Это привело к слабости отечественной промышленности в данном направлении. Ключевое отличие процессов обслуживания газотурбинных двигателей после продажи, которые были приняты в России, и описанных в нормативных документах, от подобных процессов, регламентированных стандартами зарубежья, состоит в не предусмотрении систематического применения технологий для поддержания процессов в интегрированной информационной среде.

Исходя из вышеуказанного, главной целью создания современной системы послепродажного оборудования газотурбинных двигателей, которые базируются на принципах и технологиях интегрированной логистической поддержки, является:

Значительное улучшение эффективности использования ресурсов, затрачиваемых в ходе обслуживания газотурбинных двигателей после продажи и сокращение затрат на послепродажных стадиях цикла жизни ГТД;

Сокращение простоев газотурбинных двигателей в ожидании ремонта или обслуживания, повышение коэффициента готовности парка газотурбинных двигателей или борта в частности

Фардиева А.А.

Н. рук.: к.с.н., доцент Арсланова С.К.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОИЗВОДСТВА НА ЛИТЕЙНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Управление качеством производства на предприятии выступает важным фактором прибыльности предприятия. Поскольку позволяет предприятию добиваться результатов в долгосрочной перспективе. В исследовании рассмотрено качество, как совокупность характеристик отливки, относящихся к способности удовлетворять требования потребителя. Объектом исследования выступает предприятие крупного литейного производства. Предмет исследования определен как управление качеством приготовляемой формовочной смеси. Исследование имеет прикладной характер и направлено на решение проблем качества стального литья. Основные методы исследования: статистический, причинно-следственный анализ. С целью совершенствования решения проблем по качеству предлагается применение метода 8D. Предложены рекомендации начать процесс улучшений с основного подразделения заместителя директора по качеству. Предложена схема с

принципами работы, программа мониторинга устранения претензий для подтверждения достигнутого результата. Отчет по мере его заполнения на разных этапах процесса решения проблем будет направляться в сроки в указанное подразделение. Серьезное внимание уделено кадровому потенциалу - развитие обучения и самообучения по подготовке и применению средств и методов улучшения процессов, приведенных в Руководстве по качеству предприятия. Предлагаемые рекомендации будут способствовать эффективности системы управления качеством на заводе.

Литература:

1. Камышев, А.И. Неформальное применение процессного подхода – потенциал для повышения эффективности российских организаций// Методы менеджмента качества.– 2018. – №1. – С. 23-25.

2. Швец, В.Е., Селиванова, И.А., Применение индексов удовлетворенности заинтересованных сторон в современных системах менеджмента качества. // Сертификация, 2021, № 2, С. 15-17.

Хайруллина Г.З.

Н. рук.: к.с.н., доцент Фролова И.И.
Набережночелнинский филиал КИУ
г. Набережные Челны, Россия

ОЦЕНКА ПЕРСОНАЛА НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ TQM

Применение TQM ориентированной концепции управления персоналом направлено на постоянное совершенствование, в котором должны быть задействованы все сотрудники. Сам персонал рассматривается как внутренний потребитель предприятия.

Эффективные компании должны внедрять комплексную систему оценки персонала, которая будет включать в себя все необходимые элементы для определения соответствия. Она обеспечивает надежную обратную связь при управлении персоналом, а также способствует развитию кадрового потенциала предприятия и его интеллектуального капитала.

Процесс оценки персонала должен быть спроектирован на основе концепции TQM с учётом принципов комплексности, объективности, надёжности, достоверности, прозрачности, независимости.

Основными проблемами при оценке персонала в компании являются следующие:

- отсутствие системности к организации оценки труда сотрудников предприятия;

- не разработана достаточная нормативно-правовая база по оценке сотрудников на локальном уровне;

- формально в организационной структуре нет отдела кадров. Вопросами управления персоналом занимается коммерческий директор с возложением обязанностей.

- отсутствует преемственность результатов аттестации и дальнейшей организации повышения уровня квалификации сотрудников;

- отсутствует закрепление ответственности руководителей за результативность оценки персонала;

- нет увязки уровня оплаты труда с результатами оценки;

- отсутствие нацеленности руководителей на формирование моделей специалистов и требований к профилю кандидата.

Шадрина Т.С.

Н. рук.: к.с.н., доцент Арсланова С.К.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

ПОДХОД К АНАЛИЗУ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ КРУПНОГО ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг выступает важным фактором для оценки эффективности деятельности предприятия. Теоретические аспекты данной темы достаточно глубоко разработаны в

научной литературе, однако, практические исследования в данном направлении важны для конкретных предприятий. С целью совершенствования удовлетворенности потребителей качеством продукции крупного производственного предприятия (которое считаем среднестатистическим объектом для изучения), мы провели исследование. Методы исследования включали: опрос потребителей, анализ отзывов, рекламаций, отчетных документов. Ответственность за оценку удовлетворенности потребителей несёт заместитель директора завода по качеству. Ответственность за разработку и осуществление мероприятий по повышению удовлетворенности потребителя, за анализ результативности предпринимаемых мер на уровне организации несёт директор завода. На заводе налажена работа с потребителями по анализу несоответствий продукции. Постоянно присутствуют специально назначенные представители ОТК. На предприятия-потребители в РФ выезжают представители служб качества завода. Это позволяет оперативно реагировать на претензии потребителей и повысить показатель «лояльность во взаимоотношениях при решении проблем» в общей оценке удовлетворенности потребителей. Для совершенствования процесса анализа удовлетворенности потребителей качеством продукции завода предложен проект паспорта процесса «Взаимодействие с потребителем по определению и анализу требований к новой продукции внутреннего рынка и экспорта». Действие паспорта процесса предлагается распространить на все подразделения, задействованные в исполнении договоров на поставку продукции. Предлагаемые рекомендации будут способствовать повышению качества удовлетворенности потребителей продукцией завода.

Литература:

1. Алешин А.Г. Ориентация на потребителя - ключевой фактор успешной деятельности предприятия // Методы менеджмента качества.– 2020. – №7. – С. 17-19.
2. Дубровская В.С., Методы оценки удовлетворённости потребителей// Методы менеджмента качества.– 2019. – №4. – С. 14-16.

Шачнева И.А.

Н. рук.: к.т.н., доцент Маслов И.Н.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

МЕТОДЫ ОЧИСТКИ ГАЗОВЫХ ВЫБРОСОВ «КАЗАНЬОРГСИНТЕЗ»

Одной из наиболее актуальных экономических и экологических проблем России является эффективное использование природных ресурсов. Сжигание попутного нефтяного газа (ПНГ) на факелах приводит к значительным потерям ценного химического сырья. Одним из наиболее распространенных видов использования ПНГ является использование его в качестве топлива на электростанциях. Попутные (нефтяные) газы (углеводороды) относятся к наиболее ценному химическому сырью и высокоэффективному органическому топливу. В отличие от природных горючих газов, состоящих в основном из метана, попутные газы содержат большое количество этана, пропана, бутана и других предельных углеводородов. После переработки попутного газа получается сухой(тощий)газ-ценное сырье, состоящее из широкой фракции легких углеводородов (ШФЛУ) и сжиженных газов, используемых в химической и нефтехимической промышленности.

Сокращение выбросов вредных веществ является важнейшей задачей экологизации производственных процессов. Ответственные компании планомерно внедряют современные методы снижения выбросов вредных соединений. Для этого предлагаются инновационные решения и технологии. Ключевые слова: газопоршневая-электростанция, попутный нефтяной газ (углеводороды), электроэнергетика, факельная установка, газгольдер

Нестабильность составляет большое количество примесей затрудняют использование попутного нефтяного газа, но тем не менее ПНГ являются важным сырьем для энергетики и химической промышленности. По данным Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации, ежегодно добывается около 55 миллиардов попутных нефти и газа. Из них 27% сжигается на факелах с выбросом большого количества твердых загрязняющих

веществ, наносящих ущерб окружающей среде. Минэнерго предложило ужесточить штрафной режим за сжигание попутного нефтяного газа (ПНГ).

Возможные пути решения проблемы

- Главной задачей нашего проект является минимальный выброс углекислого газа, мы предлагаем установить на территории предприятия переработку углекислого газа в энергию (Газопоршневая электростанция).

- Разделение и очистка газа.
- Установка предназначенных баков для сбора газа.
- Использование технологии спутниковой навигации и дронов для введения отчётности работы.

- Использование виртуальной реальности для подготовки персонала и дистанционного управления процессов, связанных со строительством.

**СЕКЦИЯ №9. ПРИКЛАДНАЯ МАТЕМАТИКА,
МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ**

Бабин И. А.

Н. рук.: к.э.н., доцент Кадочникова Е.И.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

**КОРРЕЛЯЦИОННЫЙ АНАЛИЗ НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТ МАЛОМУ И
СРЕДНЕМУ БИЗНЕСУ**

Малый и средний бизнес — это важный элемент роста экономики большинства стран и один из показателей их развития. Государству важно развивать сектор малого и среднего бизнеса в целях импортозамещения, усиления конкурентности на внутреннем рынке и спроса населения. Целью исследования является измерение линейной взаимосвязи между налоговыми поступлениями от МСП и численностью занятых в МСП. Подобное исследование проводил Тлисов А. Б. и получил вывод об отсутствии взаимосвязи между налоговыми льготами и долей занятых в МСП. Выборка данных получена с официального сайта Федеральной службы государственной статистики РФ за период с 2012 по 2020 годы. В пакете анализа MS Excel корреляционный анализ обнаружил обратную линейную умеренную зависимость между долей занятых в МСП в общей численности занятых (X_2) и долей налоговых доходов консолидированного бюджета, уплачиваемых МСП (Y), $R_{yx_2} = -0,505$. Практически отсутствует взаимосвязь между долей налоговых доходов консолидированного бюджета, уплачиваемых МСП (Y) и общей численностью занятых (X_1). При уменьшении доли уплачиваемых налогов в консолидированный бюджет РФ растет доля занятых в МСП. Значит, применение налоговых льгот способствует созданию новых рабочих мест в малом и среднем бизнесе. Полученные нами результаты не совпадают с ранее сформулированным выводом Тлисова А. Б., показывая положительный

результат грамотной институциональной политики.

Источники литературы:

Тлисов, А. Б. Компаративный анализ налогового стимулирования малого и среднего бизнеса в России и за рубежом / А. Б. Тлисов, Н. Н. Татаренко. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2014. — № 2 (61). — С. 552-556. — URL: <https://moluch.ru/archive/61/8943/> (дата обращения: 26.05.2022).

Бужланов Е.

Н. рук.: к.э.н., доцент Кадочникова Е.И.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

Г. Казань, Россия

ОЦЕНКА РЕГРЕССОРОВ ФИСКАЛЬНОЙ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ В РОССИИ

Цель работы – анализ влияния регрессоров (доля НДПИ в ВВП и НДСЛ в ВВП) на фискальную налоговую нагрузку. Метод исследования – корреляционно-регрессионный анализ. В данной работе отражена коллинеарность между НДПИ и НДСЛ, а также их влияние на фискальную налоговую нагрузку (далее ФНН) в период с 2015 по 2020 годы. Выборка данных составлена по источникам Министерства Финансов РФ, ФНС и Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан. Регрессионный анализ выполнен с помощью Пакета анализа в MS Excel. Экономический аспект налогового бремени характеризует совокупную цену услуг государства по реализации возложенных на него функций, уплачиваемую экономическими субъектами. Фискальный аспект налогового бремени отражает степень централизации и обобществления создаваемого ВВП в бюджетной системе страны и перераспределения этой части ВВП посредством предоставления экономическим субъектам общественных благ и финансовой помощи. Корреляционный анализ обнаружил тесную линейную взаимосвязь между НДПИ и фискальной налоговой нагрузкой ($R_{x1y}=0,92744$), слабую взаимосвязь между НДСЛ и фискальной

налоговой нагрузкой ($R_{x2y}=0,2025$). При изменении доли НДС и НДСЛ на 1 процентный пункт фискальная налоговая нагрузка увеличится на 1,6302 и 3,1147 процентных пункта соответственно. Такая разница между показателями объясняется сырьевой составляющей экономики РФ и скачками цен на ресурсы. А НДСЛ – немаловажная часть фискальной налоговой нагрузки, по своей сути стабильна в процентном выражении к фискальной налоговой нагрузке, так как зависит, в первую очередь, от физических лиц, получающих доход.

Валиулов Д.Д., Низамов Д.Д., Хисамиева И.И.

Н. рук.: преподаватель Салихов А.Ш.

Казанский филиал

Всероссийского государственного университета юстиции

(РПА Минюста России)

г. Казань, Россия

ПРИМЕНЕНИЕ ЧИСЛА E (ЧИСЛА ЭЙЛЕРА) В БАНКОВСКИХ РАСЧЕТАХ

Число – основное понятие в математике, возникшее в ходе длительного исторического развития. Изменение практической деятельности людей, а также внутренние требования математики привели к появлению наряду с привычными числами “необычных” чисел, как число e (число Эйлера). Число Эйлера широко применяется в финансовых и банковских расчетах.

Известно, что банки принимают вклады от населения под определенный процент годовых. При этом финансовой организацией ставятся различные условия при открытии вклада, например: возможность или отсутствие до вкладывания или частичного снятия, порядок промежуточной капитализации, начисления процентов и т.д. проценты и т.д. В практических банковских расчетах для клиентов используются преимущественно дискретные проценты, т.е. проценты, начисленные за фиксированный период времени (год, полугодие, квартал и т.д.). Для внутрибанковских расчетов, связанных с непрерывным процессом, необходимо построение математической модели, использующей

непрерывные проценты. Построение данной модели опирается на число Эйлера, которое получается при вычислении последовательности начислений процентов $(1 + \frac{\alpha}{n})^n \rightarrow e^\alpha$ при $n \rightarrow \infty$, где $\alpha = \frac{p}{100}$, p-процент годовых, n-количество капитализации в год.

Предположим, у нас есть лишний 1 Р. Будучи разумными инвесторами, мы решаем вложить его в банк. Один из банков делает нам выгодное предложение — 100% годовых, которые начисляются в конце года. То есть в результате мы должны получить 2 Р. Другой банк обещает начисление таких же процентов, но начисления будут производиться два раза в год. Это значит, что за первые полгода сумма вклада увеличится до 1 Р · (1+0.5) = 1.5 Р, а за год 1 Р · (1 + 0,5)² = 2.25 Р. Сравнив два результата видно, что чем чаще происходит капитализация, тем выше выгода клиента. На основе полученных данных в табличном процессоре Excel была реализована формула расчета процентов.

Ваниев Р.Э., Долгова П.А., Ефимова М.А., Шагивалеева Д.Р.

Н. рук.: преподаватель Салихов А.Ш.

Казанский филиал

Всероссийского государственного университета юстиции

(РПА Минюста России)

г. Казань, Россия

ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИКИ ПРИ БАЛЛИСТИЧЕСКИХ РАСЧЕТАХ ПОЛЁТА ПУЛИ

Наша будущая профессия связана с правоохранительной деятельностью и защитой жизни и здоровья граждан. Ряд преступлений совершаются с применением огнестрельного оружия. Раскрытие таких преступлений связано со знанием законов математики, баллистики, физики и природы.

Соответственно, цель нашего исследования в выявлении возможности с помощью математических расчётов раскрытия преступления, в частности благодаря расчету скорости пули.

Баллистика — это раздел механики, который занимается изучением движения тел, брошенных в пространстве. Главной задачей баллистики является исследование движения снарядов, выпущенных из огнестрельного оружия. Для правильного расчета траектории полета необходимо учитывать множество факторов, важнейшими являются следующие: высота, сила пули, ускорение, начальная скорость пули, направление.

В расчётах в табличном редакторе Excel для определения дальности полета пули взяли формулу: $L = \frac{(V_0^2 \times \sin 2\alpha)}{g}$, где g - ускорение свободного падения, V_0 — начальная скорость, α - начальный угол бросания, он же угол возвышения ствола

В ходе исследования гипотезы нами построена математическая модель расчета дальности траектории полета пули, проанализированы и учтены факторы, влияющие на полет. Полученные результаты могут быть использованы нами в дальнейшей деятельности. Результаты проведенного исследования подтверждают правильность выдвинутой в нашей работе гипотезы.

Верёвка А. А, Созонтов М. К.

Н. рук.: к. т. н., старший научный сотрудник, доцент Биллиг В. А.

Тверской государственный технический университет

г. Тверь, Россия

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ФРАКТАЛОВ НА ПРИМЕРЕ ДЕРЕВА ПИФАГОРА

Наблюдать фракталы крайне интересно, а моделировать при помощи программных средств — ещё и познавательно. Так, используя язык программирования C# в среде разработки Visual Studio, был создан проект, позволяющий изобразить дерево Пифагора, являющееся геометрическим фракталом.

Разработанная программа позволяет в режиме реального времени наблюдать за рисованием фрактала или даже управлять им. Пользователь имеет

возможность задавать ряд параметров: размеры холста, размер фигуры, а кроме этого – в любой момент остановить или возобновить процесс рисования.

Программа рассчитывает положение изначальной фигуры (квадрата) исходя из размеров холста, затем на ребре квадрата строится треугольник. После этого, приняв во внимание расположение точек прямоугольного треугольника, программа на его рёбрах строит квадраты. Далее шаги с построением треугольников и квадратов повторяются до тех пор, пока пользователь не остановит программу. В процессе создания программы была разработана библиотека классов, а также визуальный интерфейс WPF (на языке xaml), обеспечивающий лёгкое и понятное взаимодействие с пользователем.

Проект является интересным как с точки зрения программирования, так и с точки зрения математики. Для программистов это – интересный опыт, для математиков – возможность за считанные секунды смоделировать дерево Пифагора.

Дробышева Л.В., Курбанова Д.Р.

Н. р.: ст. преподаватель Фатхуллина А. А.

Колледж Нижнекамского филиала КИУ

г. Нижнекамск, Россия

НАХОЖДЕНИЕ ОПТИМАЛЬНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ С ПОМОЩЬЮ МАТРИЦ В СРЕДЕ EXCEL

В последние годы начала развиваться «Пушкинская карта» – совместный проект Минкультуры, Министерства цифрового развития, «Почта Банка», который позволяет молодым людям бесплатно посещать музеи, театры, кинотеатры, выставки, филармонии и другие учреждения культуры за счёт федерального бюджета. Но мы столкнулись с проблемой того, что студентам нашего города предлагают мало мест для посещений, их практически нет. Мы нашли выход из этой ситуации, и решили предложить посетить другие города, составив транспортный туристический маршрут на один день.

Для решения нашей задачи мы решили использовать кольцевую

маршрутную матрицу.

Мы провели опрос, в какой город хотели бы поехать студенты, а также, какие достопримечательности хотели бы посетить. На выбор было 3 города: Казань, Свияжск и Елабуга. Исходя из результатов опроса, наибольшее количество набрал г. Елабуга (посещение музеев).

В итоге опроса – главная наша задача – поиск наиболее оптимального туристического маршрута на один день по музеям г. Елабуга. Мы изучили карту города Елабуга и месторасположения музеев. При помощи программы Microsoft Excel, на основе кольцевой матрицы рассчитали кратчайший путь, и нашли оптимальный маршрут посещения музеев г. Елабуги.

В докладе будут показаны результаты исследования и расчётов. Приведены сравнения. Продемонстрирована экономия средств и времени на оптимальном маршруте.

Мартынкин П. А.

Н. рук.: к.э.н., доцент Кадочникова Е.И.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

РЕГРЕССОРЫ НАЛОГА НА ДОХОДЫ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В РОССИИ

Актуальность исследуемой проблемы обусловлена повсеместным распространением налога на доходы физических лиц. Цель работы заключается в анализе влияния факторов на величину поступлений НДФЛ в бюджет РФ. Ведущим методом к исследованию проблемы является корреляционно-регрессионный анализ. В этой связи представляют интерес выводы, полученные Бакулиной Е.В. в статье «Эконометрический анализ влияния факторов на налог на доходы физических лиц в Российской Федерации» о наиболее сильном влиянии численности занятых и средней заработной платы на поступления налога в бюджет, наряду с уровнем инфляции, индексом потребительских цен. В данном исследовании рассматривается зависимость поступлений НДФЛ в бюджет от численности занятых, средней заработной

платы, инвестиций на душу населения, индекса потребительских цен в Приволжском и Уральском ФО (20 регионов) РФ в 2019 году. Выборка данных составлена по сборнику «Регионы России. Социально-экономические показатели. 2021». Регрессионный анализ выполнен в Пакете анализа MS Excel. Корреляционный анализ обнаружил коллинеарность между заработной платой и инвестициями на душу населения, после исключения регрессора X3 модель объяснила 73% вариации поступлений НДФЛ. Согласно тесту Фишера, регрессия статистически значима с вероятностью 99% (p-значение (F) = 7,11e-05), имеет хорошую точность (Se=16981). Уравнение линейной регрессии имеет следующий вид: $Y_x = -1901371,270 + 0,764x_1 + 26,570x_2 + 18350,091x_4$. С вероятностью 99% обнаружено положительное статистически значимое (p-значение (t) = 0,006) влияние средней заработной платы, численности занятого населения (p-значение (t) = 0,004). Влияние индекса потребительских цен на поступления НДФЛ не подтвердилось (p-значение (t) = 0,138). Полученные результаты не противоречат выводу Бакулиной Е.В. и подтверждают, что рост доходов населения и создание новых рабочих мест будут способствовать увеличению налоговых поступлений.

Мурашкин А. С.

Н. рук.: к.э.н., доцент Кадочникова Е.И.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

МОДЕЛИРОВАНИЕ НА СТРАХОВОМ РЫНКЕ НА ОСНОВЕ ЛИНЕЙНОЙ РЕГРЕССИИ

В работе по данным ЦБ РФ и Росстата о деятельности страхового рынка была оценена линейная модель регрессии количества страховых договоров (Y) в зависимости от количества страховщиков (X1) и количества страховых выплат (X3). Коллинеарность между количеством учтенных в отчетном периоде страховщиков (X1) и суммой страховых премий (X2) потребовала исключения регрессора X2, затем линейная модель регрессии объяснила 73%

вариации количества заключаемых страховых договоров. Согласно тесту Фишера, регрессия статистически значима с вероятностью 99% (р-значение (F) = 0,003). Уравнение линейной регрессии имеет следующий вид: $Y_x = 164,716 - 0,128X_1 + 9,143E-05 * X_3$. С вероятностью 99 % выявлено отрицательное статистически значимое (р-значение (t) = 0,001) влияние количества страховщиков, а с вероятностью 95% - положительное статистически значимое (р-значение (t) = 0,022) влияние количества страховых выплат на количество заключаемых страховых договоров в России, что косвенно указывают на доходы страхователей как важный фактор развития страхового рынка. Полученные результаты согласуются с выводами в работах Черновой О.В., Кохно Н. О. и др. Результаты регрессии указывают на объективную трансформацию механизмов страхового рынка: традиционный порядок работы не эффективен, целесообразно развитие онлайн сервисов, рекламы, льгот, партнерских соглашений. Представляет интерес измерение влияния цифровизации финансовых рынков на доступность и масштабирование страховых услуг.

Источники литературы:

1. Кохно Н. О., Оберемко Е. В., Лопатина А. А. Анализ страхового рынка России // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2018. №8 (34). С. 176-181.

2. Чернова О.В. Применение теории регрессионных статистических формул для прогнозирования и анализа развития рынка страхования жизни в России // Управление экономическими системами. 2017. №4 (98). С. 1-10.

Назипова Д.Л.

Н. рук.: ст. преподаватель Фатхуллина А. А.

Нижекамский филиал КИУ

г. Нижнекамск, Россия

НАХОЖДЕНИЕ ВЕРОЯТНОСТИ ЗАПУСКА УСПЕШНОГО СТАРТАПА

Теория вероятностей используется в различных областях науки, в

частности и в экономике. Так как эта наука позволяет получить знания, которые можно применить на практике, особенно часто её применяют в своём деле предприниматели.

Рассмотрим применение теории вероятности в запуске стартапа. Теория вероятностей наилучшим образом применима в рисках, это оценка наступления неблагоприятных событий, потенциально несущих ущерб. Она же поможет при участии в тендерах со значительным количеством участников, также хороша для сценарного анализа, когда предприниматели стартапа формулирует полную группу событий, в таком случае появляется шанс проработать все возможные варианты создания [1].

С помощью теории вероятности можно рассчитать вероятность успешной разработки стартапа. По статистке те, кто открывают свой первый бизнес получают высокую прибыль и продолжают развивать своё дело составляет 10%. Предприниматели, которые открывают свой стартап повторно и достигают успеха составляет 90%, но при этом на повторный риск соглашаются лишь 8 % [2].

Рассмотрим решение задачи нахождения вероятности достижения хорошего результата в запуске стартапа. Первый раз вероятность равна 0,1, во второй раз - 0,9. Но на повторный риск соглашаются лишь 0,08. Благоприятные исходы во второй раз остаются 0,1- удачно и 0,9 - неудачно. В результате вероятность запуска успешного стартапа с первой или второй попытки составляет: $p = 0,1 + 0,9 \times 0,08 \times 0,9 = 0,1648$.

1. Теория вероятностей - одна из основ успеха в своём бизнесе и эффективности в деятельности - <http://svoedel.ru/teorver.html> (Дата обращения: 14.11.2022)

2. Теория вероятности и ее применение - <https://school-science.ru/13/7/48947> (Дата обращения: 14.11.2022)

Назипова Д.Л.

Н. рук.: ст. преподаватель Фатхуллина А. А.

Нижекамский филиал КИУ

г. Нижнекамск, Россия

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ ВЕРОЯТНОСТЕЙ В СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

На сегодняшний день для решения многих проблем в экономической сфере, в частности в страховании применяются разные методы математики и статистики, основывающиеся на законах теории вероятностей. Основная задача страхования – это выплата в денежном выражении экономических ущерб, возникших в результате случайных событий.

Задачи, которые решают страховщики, являются комплексными, так как в условиях уже содержат просчитанные элементы, связанные с теорией вероятности.

Рассмотрим официальную статистику России по травматизму на производстве. В 2017 году - 25,4 тыс. чел; 2018 г. - 23,6 тыс. чел; 2019 г. - 23,3 тыс. чел; 2020 г.- 20,5 тыс. чел; 2021 г. - 21,6 тыс. чел.[1]. Несмотря на то, что получить травму событие совершенно случайное, но изучив статистику, мы видим закономерность и этих событий одинаковое количество. Исходя из этого, можно предположить сколько несчастных случаев произойдет и в этом году. В 2022 году несчастных случаев произойдет в пределах 20 тыс. чел. То, что мы называем случайность на самом деле заранее предопределено.

Например, в условии имущественного страхования вероятность установление страхового случая показывает частоту страховых случаев за прошлый год, то есть отношение числа жертв к общему количеству лиц. Например, в муниципальном районе в среднем за 5 последних лет пожар нанес ущерб и уничтожил 1218 квартир из 10 0000. Тогда вероятность страхового случая составит $1218:10\ 000 = 0,01$.

Таким образом, использование математических методов позволяет точно оценить и проанализировать финансовые явления, даёт возможность

прогнозировать цену риска и рыночные неточности, что приводит к поиску оперативного решения.

Источники литературы:

1. Пушенко С.Л., Гапонов В.Л., Кукареко В.А. Анализ производственного травматизма в строительной индустрии и пути его снижения. Безопасность техногенных и природных систем. 2022;(2):24-30. <https://doi.org/10.23947/2541-9129-2022-2-24-30>

Никифорова Д. А., Соколова З. Р., Соловьева М. Е.

Н. рук.: преподаватель Салихов А.Ш.

Казанский филиал

Всероссийского государственного университета юстиции

(РПА Минюста России)

г. Казань, Россия

ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКОЙ СТАТИСТИКИ В РАБОТЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ

Российская Федерация, согласно ст.7 Конституции РФ, является социальным государством. Деятельность которого ориентирована на социальный характер функционирования, которая невозможна без исследования, анализа и прогнозирования, проводимой математической статистики.

Социальная защита населения является одной из главенствующих задач государства, реализация которой осуществляется посредством такого института, как отдел (органы) социальной защиты.

Математические расчеты и статистики являются важной составляющей в работе органов социальной защиты. Специалисты по социальной работе проводят исследовательскую и аналитическую деятельность, в первую очередь, для рассмотрения и дальнейшей разработки различных проектов, направленных на изучение проблем социального статуса в различных районах определенного

региона/округа, которые без определенного уровня знаний математических наук не имеют смысла.

В своей работе мы рассмотрели актуальную на данном этапе развития нашего государства тему применения математической статистики в период участия России в Специальной Военной Операции (СВО). С помощью информации, полученной из открытых источников, просчитали эффективность ряда мер социальной и материальной поддержки семей мобилизованных, как добровольно отправившихся в зону СВО, так и призванных в рамках частичной мобилизации; соответствии с ролью социальной защиты в данной ситуации, провели сбор сведений о составе семей мобилизованных (количественный анализ) и осуществили анализ динамики уровня дохода членов семьи мобилизованного в связи с призывом кормильца (качественный анализ).

Рогова Я.А., Лаченкова А.А.

Н. рук.: к.э.н., доцент Кадочникова Е.И.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОЦЕНКА ТЕНДЕНЦИЙ БЕЗНАЛИЧНЫХ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ В РФ

В современном мире всё чаще используются безналичный расчёт и безналичная оплата товаров и услуг, поэтому возрастает доля безналичных денежных средств в денежном обороте. Целью работы является оценка тренда безналичных денежных средств на основе данных, опубликованных на официальном сайте ЦБ РФ. Для того чтобы увидеть полную картину изменений в обращении наличных и безналичных денежных средств в России, мы провели регрессионный анализ ежегодных данных об обороте наличных и безналичных денежных средств на протяжении 9 лет, с 2012 по 2021 год. Уравнение линейной регрессии имеет вид: $\hat{y} = -167441712,12 + 83763,57576 \cdot x$. Оно означает, что средний ежегодный прирост объёма безналичных операций составляет 83763,6 млн.руб. Доля дисперсии объёма безналичных денег в обороте, объясненная регрессией, составляет 87%. Чем ближе R^2 к 1, тем лучше

качество подгонки регрессии. В нашем случае p-value для статистики Стьюдента для коэффициента регрессии составило 0,00009, что меньше, чем $\alpha = 0,01$. Это означает, что коэффициент регрессии β является статистически значимым. Также p-value для статистики Стьюдента для свободного коэффициента составило 0,000097, что меньше, чем $\alpha = 0,01$. Это означает, что свободный коэффициент α является значимым. Расширение безналичного денежного оборота является следствием технологических изменений в банковском деле, способствует быстрому и безопасному обмену товарами и услугами.

Источники литературы:

1) Деньгина, Я. А. Цифровой рубль как новая форма денег в России / Я. А. Деньгина, А. А. Лаченкова // Цифровая трансформация как вектор устойчивого развития: Материалы IV всероссийской научно-практической конференции, Казань, 09 декабря 2021 года. – Казань: Издательство "Познание", 2021. – С. 146-150.

2) Официальный сайт Банка России URL:<https://cbr.ru/fintech/dr/>

Смирнов И.Ю., Перов Р.А.

Н. рук.: Заслуженный деятель науки, д.в.н., профессор Стародубцев Ю.И.

Митрофанов М.В.

Лаута О.С.

Кузнецов С.И.

Военная академия связи им. Маршала Советского Союза С.М. Буденного

г. Санкт-Петербург, Россия

**ИМИТАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
КОРПОРАТИВНОЙ ИНФОРМАЦИОННО-
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ С МОБИЛЬНЫМИ
ЭЛЕМЕНТАМИ**

Имитационная модель функционирования корпоративной информационно-телекоммуникационной системы (ИТКС) с мобильными

элементами предназначена для исследования зависимости доступности инфотелекоммуникационных транспортных ресурсов сетей связи общего пользования (ССОП) мобильным элемента корпоративной системы управления (КСУ) в районе выполнения задач от инфокоммуникационных характеристик оборудования размещаемых на мобильных элементах КСУ и на элементах ССОП, с учетом динамики перемещения мобильных элементов КСУ.

Для выполнения поставленных перед КСУ задач необходимо организовать устойчивое и оперативное управление между всеми ее органами управления в том числе размещаемых на подвижных пунктах управления [1]. Для этого необходимо развернуть корпоративную ИТКС отвечающую требованиям КСУ по надежности, пропускной способности, мобильности и доступности [2]. Исходя из этого необходимо провести исследования зависимости возможностей мобильных элементов КСУ к сопряжению с элементами функционирующей в районе выполнения задач КСУ инфокоммуникационной инфраструктуры ССОП и выявления инфокоммуникационного оборудования, дооснащение которым мобильных элементов КСУ позволит повысить степень доступности элементов ССОП [3]. Проведение натурных экспериментов по выявлению зависимостей не представляется возможным из-за ряда объективных причин, в связи с этим встает научная задача по разработке имитационной модели функционирования корпоративной информационно-телекоммуникационной системы (ИТКС) с мобильными элементами, учитывающая инфокоммуникационные характеристики оборудования элементов КСУ и ССОП, динамику перемещения мобильных элементов КСУ и насыщенность района инфокоммуникационными элементами ССОП [4].

Модель разработана на основе принципов блочного моделирования [5]. В ее функциональной структуре можно выделить:

- блок моделирования процесса перемещения мобильных элементов КСУ;
- блок моделирования процесса функционирования ССОП;
- блок обработки данных.

Блоки моделирования позволяют последовательно обслуживать учитываемые параметры, что сводится к инициализации и выполнению соответствующих активностей. Обрабатывающие блоки анализируют результаты моделирования перемещения мобильных элементов КСУ по алгоритмам, соответствующих характеру исследуемого показателя. Модель является открытой и позволяет наращивать число учитываемых параметров в блоках моделирования, а также количество обрабатывающих блоков.

Таким образом описываемая и имитационная модель функционирования корпоративной информационно-телекоммуникационной системы с мобильными элементами позволяет получить перечень элементов ССОП, сгруппированных по степени доступности для инфокоммуникационных мобильных элементов КСУ в телекоммуникационном плане.

Источники литературы:

1. Стародубцев Ю.И., Вершенник Е.В., Иванов С.А. Методика обеспечения устойчивости информационного направления в условиях информационно-технических воздействий на элементы сети связи с памятью. *Электросвязь*. 2022. № 3. С. 47-57.

2. Пермяков А.С., Шуравин А.С., Кузнецов С.И., Атнагуллов Т.Н. Модель информационно-телекоммуникационной сети специального назначения. В сборнике: *Состояние и перспективы развития современной науки по направлению "Информационная безопасность"*. Сборник статей III Всероссийской научно-технической конференции. Анапа, 2021. С. 655-663.

3. Смирнов И. Ю. Методика оценки доступности инфотелекоммуникационных ресурсов сетей связи общего пользования в районе применения мобильных элементов системы управления специального назначения. *Вопросы оборонной техники. Серия 16: Технические средства противодействия терроризму*. 2022. №9-10 (171-172). С. 72-81.

4. Закалкин П.В. Метод реконфигурации сети связи с учетом оценки информированности источника информационно-технических воздействий. *Вопросы оборонной техники. Серия 16: Технические средства противодействия*

терроризму. 2021. №11-12 (161-162). С. 116-122.

5. Остроумов О.А. Модель контроля функционирования системы связи. Известия Тульского государственного университета. Технические науки. 2022. №3. С. 300-309.

Тюрин Д.А.

Н. рук.: к.э.н., доцент Тамарова Р.И.

Колледж КИУ

г. Казань, Россия

КОНТРОЛЬ СОСТОЯНИЯ ВОДИТЕЛЯ НА ДОРОГАХ С ПРИМЕНЕНИЕМ КОМПЬЮТЕРНОГО ЗРЕНИЯ

Эффективность грузоперевозок зависит не только от технического состояния средств перевозки, но и состояния водителя (экипажа) транспортного средства. При истощённом моральном или болезненном физическом состоянии падает концентрация и внимание водителя и возникают аварийные ситуации на дороге. Одним из методов, которое позволяет сократить количество аварий с участием крупногабаритных транспортных средств, является применение компьютерного зрения.

Принцип работы алгоритма, следующий:

Камера, установленная в салоне транспортного средства, фиксирует действия водителя. Анализируя лицо человека и его движения, алгоритм камеры может понять состояние водителя. Для этого на языке программирования Python пишется код программы, которая получает каждый кадр с камеры, при помощи технологии компьютерного зрения находит лицо водителя и фиксирует отклонения от нормы, обычно по цвету с последующим анализом его состояния. И если были обнаружены признаки неадекватного поведения, программа отправит сообщение компании о возможной проблеме. Помимо этого, запрашивается технически возможным способом информация о состоянии и дается рекомендация к остановке. При отсутствии ответа от водителя алгоритм отправляет повторное предупреждение, более высокого

уровня важности. Таким образом, снижается число неконтролируемых ситуаций на дороге, а водители и транспортные предприятия более внимательно относятся к состоянию водителя перед выходом на рейс.

Шмелева А.С.

Н. рук.: преподаватель Салихов А.Ш.

Казанский филиал

Всероссийского государственного университета юстиции

(РПА Минюста России)

г. Казань, Россия

ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКИХ РАСЧЁТОВ В ПАРАБАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ (НА ПРИМЕРЕ ПЕНСИОННОГО ФОНДА РТ)

Современная пенсионная система России динамически реформируется и развивается. Знания об основных задачах пенсионной реформы, проблемах и формулах подсчета пенсии являются требованиями современного общества.

Соответственно, целью исследования стало выявление, теоретическое обоснование и экспериментальная проверка математической правильности начисления пенсий НПФ. Объектом исследования был определен математический процесс формирования и начисления пенсионных выплат негосударственными пенсионными фондами.

При расчете выплат из НПФ учитывались следующие математические данные, которые вставлялись в табличный редактор Excel и с помощью формул производились вычисления: стартовые накопления, планируемый размер ежегодной пенсии, срок дожития, планируемый возраст выхода на пенсию, текущий возраст, средняя инфляция, доходность инвестиционного портфеля до пенсии, доходность инвестиционного портфеля после пенсии.

В ходе исследования гипотезы нами была определена математико-правовая модель как возможность объективного и правильного начисления пенсионных выплат пенсионерам через парабанковскую систему.

Разработанная математическая модель формирования пенсионных выплат не является точной, ввиду невозможности объективного подсчета некоторых данных. Результаты проведенного исследования подтверждают правильность начисления выплат негосударственными пенсионными фондами.

СЕКЦИЯ №10. ТЕХНОСФЕРНАЯ И ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Азина А.А.

Н. рук.: к.б.н., доцент Аввакумова Н.Ю.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПРОБЛЕМА ЗАГРЯЗНЕНИЯ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ЛЕКАРСТВЕННЫМИ ПРЕПАРАТАМИ, ПРИМЕНЯЕМЫХ В ЖИВОТНОВОДСТВЕ

В наше время сохранение здоровья человека считается одной из важнейших проблем общества. Сильное влияние на здоровье оказывает рацион питания человека. Однако, употребляя в пищу, мясные продукты мало кто задумывается об их безопасности. Известно, для того, чтобы повысить продуктивность сельскохозяйственных животных и птицы, недобросовестные организации используют разного рода химические препараты в виде лекарственных средств и кормовых добавок. Основное их назначение, снизить падеж и увеличить продуктивность. Однако многие из них являются чужеродными для организма веществами, поэтому их остаточное содержание в мясе, в молоке и жирах может отрицательно влиять на здоровье человека.

В связи с вышесказанным целью нашей работы было выяснить, какие препараты и с какой целью используют в животноводстве, и выяснить про их влияние на здоровье человека. Для достижения цели были поставлены две задачи: выяснить, какие химические препараты более активно используются при выращивании и содержании сельскохозяйственных животных; провести сравнительный анализ присутствия вредных и опасных веществ в разных видах сельскохозяйственной продукции. В результате проделанной работы мы получили данные по наиболее опасным видам химических веществ для человека, используемых в животноводстве и увидели в каком виде мяса, какие вещества преобладают.

Астабацева Д.А.

Н. рук.: к.б.н., доцент Аввакумова Н.Ю.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ВЛИЯНИЕ СПОРТА НА ОРГАНИЗМ ЧЕЛОВЕКА

Крепкое здоровье – главное условие для счастливой жизни. От состояния нашего здоровья зависит многое. Если организм не будет хорошо функционировать, то у человека могут возникать различные проблемы, начиная от обычной простуды и заканчивая серьёзными, и даже смертельными заболеваниями. Поэтому стоит уделять особое внимание своему здоровью. Спорт является отличным методом для поддержания здоровья и хорошей физической формы.

Проблема современного общества заключается в том, что большая часть людей пренебрегает спортом, отдавая предпочтение телевизору или соцсетям. А если человек и занимается спортом, то не знает, как именно он влияет на внешнее, а самое главное внутреннее состояние организма.

В связи с этим целью работы является определить, как занятие спортом может повлиять на организм человека, в чём его польза или вред. Для достижения цели были поставлены следующие задачи: выявить, как и на какие органы воздействуют физические нагрузки; выяснить к чему может привести занятия спортом; сравнить качество здоровья человека, занимающегося спортом и не занимающегося; определить, как организм воспринимает физические нагрузки разной интенсивности; провести анкетирование.

Опрос показал, что 60% студентов занимаются спортом при этом большинство ребят каждый день. У 50% занятие спортом влияет на их настроение. 59% утверждают, что занятие спортом влияет на их здоровье, улучшая их физические и умственные способности. 47% спорт даёт хорошее здоровье, а 49% уверенность в себе. В результате можно заключить, что спорт положительно влияет на организм человека и его характер, уменьшает стресс.

Байбакова Е.В.

Н. рук.: д.х.н. профессор Тунакова Ю.А.

КНИТУ им.А.Н. Туполева-КАИ

г. Казань, Россия

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КАЧЕСТВО ПОВЕРХНОСТНЫХ ВОД В ВОДНЫХ ОБЪЕКТАХ, ЯВЛЯЮЩИХСЯ ПРИЕМНИКОМ СТОЧНЫХ ВОД

Проблема регулирования антропогенной нагрузки на водные объекты и, соответственно, нормирования сбросов загрязняющих веществ, остается и по сей день одной из острейших проблем экологической безопасности. На протяжении длительного времени нормирование сбросов загрязняющих веществ со сточными водами было ориентировано на обеспечение требуемого качества воды в контрольном створе водного объекта. Однако, практика показывает, что в водных объектах рыбохозяйственного назначения и в водных объектах питьевого и хозяйственно-бытового назначения возможна ситуация, когда качество воды в контрольном створе превышает установленные нормативные показатели и без вклада водопользователя, для которого обосновывается нормативный сброс. Существующая система нормирования сбросов загрязняющих веществ, привела к тому, что водопользователи и разработчики проектной документации столкнулись с проблемой невозможности обеспечения требуемого качества воды по причине того, что фоновые концентрации выше установленных ПДК. Современное реформирование нормирования сбросов загрязняющих веществ направлено на разработку и внедрение методик, которые в более полной степени учитывают природные особенности водных объектов, факторы, под влиянием которых формируется качество воды.

Качество поверхностных вод формируется под влиянием большого числа как природных, так и антропогенных факторов. Из природных факторов наиболее значимыми являются состав и свойства пород и грунтов, с которыми контактирует вода, рельеф, климатические факторы, характер водной и

околоводной растительности и др.

Антропогенная нагрузка на водный объект определяется не только тем, какие вещества и в каком количестве поступают в водный объект, но и типом сброса сточных вод. При обосновании нормативов допустимых сбросов загрязняющих веществ необходимо учитывать местоположение сброса (береговой, русловой, глубинный); конструктивные особенности системы водоотведения (затопленные, незатопленные, сосредоточенные, рассеивающие, эжекторные). Тип выпуска сточных вод при расчете нормативов допустимых сбросов, учитывают с применением коэффициента основного разбавления, который рассчитывают по методу В.А. Фролова –И.Д. Родзиллера. Анализ научной литературы показал, что тип выпуска существенным образом определяет антропогенную нагрузку на водный объект. В частности, сброс недостаточно очищенных сточных вод в береговую зону вызывает аккумуляцию загрязняющих веществ в почве и деградацию зообентоса непосредственно у места сброса.

В ходе нашего исследования составлен реестр факторов, определяющих качество поверхностных вод в водных объектах – приемниках сточных вод. В дальнейшем будет проведен сравнительный анализ разных подходов к обоснованию нормативов допустимых сбросов загрязняющих веществ в русловую часть рек (на примере рек РТ).

Беляева Д.А.

Н. рук.: к.г.н., доцент Ширапова С.Д.

Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова

г. Улан-Удэ, Россия

ИЗУЧЕНИЕ РАДИАЦИОННОГО ФОНА г. УЛАН-УДЭ

Актуальность исследования состоит в том, что г. Улан-Удэ по сводкам данных имел как естественное, так и антропогенное загрязнение радионуклидами, также среди населения существует множество истории о повышенном радиационном фоне, именно поэтому мы решили проверить их

опасения. В октябре-ноябре 2022г. было произведено исследование радиационного фона города Улан-Удэ. Было измерено 110 точек города с помощью счетчика Гейгера из цифровой лаборатории Releon. По результатам исследования было выявлено, что: 1) Железнодорожный район имеет повышенный радиационный фон по сравнению с другими районами. В поселке Аршан, где также имеется аномальное содержание радона, которое превышает нормы на 100-200 Бк/м³, радиационный фон имел максимальное значение равное 43 мкР/ч и минимальное значение равное 17 мкР/ч, среднее значение - 31,5 мкР/ч. В поселке Верхняя Березовка, также был отмечен повышенный радиационный фон. Максимальное зафиксированное значение - 55 мкР/ч, а минимальное - 11 мкР/ч. В остальных местах этого района было замечено незначительное превышение фона. Максимальное значение - 40 мкР/ч, минимальное - 23 мкР/ч, в большинстве точек значение было равно 32 мкР/ч. 2) В Советском и Октябрьском районах при измерениях было выявлено, что радиационный фон находится в пределах нормы. Среднее значение - 23 мкР/ч.

Вахрушева Я. В.

Н. рук.: доцент Шафранская Ч.Я.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПЕРЕРАБОТКИ ТБО

ТБО — это твердые бытовые отходы или тот мусор, который регулярно выбрасывается населением. На сегодняшний день это основная часть мусора на планете. Образование свалок наносит непоправимый вред природе, на них выделяются газы, которые наносят вред человеку и животным. Утилизация и переработка отходов ТБО – это главная задача современного мира на пути к сохранению благоприятной окружающей среды.

Существует множество методов по переработке ТБО, наиболее выгодными считаются методы вторичной переработки отходов. К таким способам переработки можно отнести сжигание и компостирование. Метод

Термической переработки ТБО, это метод, при котором происходит термическое разложение, с последующим преобразованием в тепловую или электрическую энергию. Этот метод позволяет в разы сократить объем свалок и повторно использовать твердые бытовые отходы, но, к сожалению, происходит загрязнение окружающей среды токсичными веществами, образовавшимися в ходе сжигания. Компостирование - Это процесс разложения биологического материала различными микроорганизмами, грибами и почвенными животными. Часто такой метод применяется в огородах и на дачах, но также существуют специализированные заводы, которые производят процесс Компостирования, на которых производят компост, применяемый в сельском хозяйстве.

Самым популярным, но совсем невыгодным и неэкологичным является метод захоронения твердых бытовых отходов на полигонах. Полигоны - это слои мусора покрытые грунтом, которые постепенно перегнивают. Экологи выступают против такого метода, так как считают, что полигоны ТБО это разрешенные свалки, которые не наносят экологической пользы окружающей среде.

Утилизация и переработка отходов ТБО требуют особого внимания. При правильной организации системы по переработке мусора можно не только уменьшить объемы мусорных свалок, но также возможно создание благоприятной окружающей среды и повторное использование переработанного мусора с целью извлечения прибыли и экономии ресурсов.

Вафина А.Р.

Н. рук.: Щитковская Т.Р.

Казанский филиал

Всероссийского государственного университета юстиции

(РПА Минюста России)

г. Казань, Россия

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПАРКОВ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

Татарстан – регион с удивительной природой, которая богата бескрайними лесами, просторными ухоженными полями, глубокими реками, многочисленными родниками и озерами, которые обеспечены оптимальными условиями для сохранения и восстановления. Национальные природные парки – новая для Республики Татарстан форма охраны территорий. На сегодняшний день уделяется огромное внимание проблеме соотношения правовых режимов территорий национальных парков и расположенных на них населенных пунктов.

Целью является корректное раскрытие особенностей правового режима национальных парков Республики Татарстан, а объект исследования – национальные парки Республики Татарстан и изучение основ их правового регулирования.

В настоящее время необходимо интересоваться такими значимыми местами, как национальные парки, чтобы убедиться в их безопасности и защите. Также важно помнить о совершенствовании правового режима заповедных зон национальных парков.

Поэтому существует необходимость решения следующих задач исследования: подобрать необходимые материалы о национальных парках Республики Татарстан; проанализировать динамику развития правовых норм, регулирующих правовой режим национальных парков; проанализировать законодательство Республики Татарстан в сфере особо охраняемых природных территорий;

Уполномоченные органы Татарстана должны контролировать законность производимых с землями национальных парков процедур, чтобы не допустить ухудшения окружающей среды в национальных парках. Совершенствование земельного и природоохранного законодательства должно происходить с учетом приоритета сохранения экологических систем и исторического природного наследия нашей республики.

Гатиятуллина И.И., Пляшкин М.Р.

Н. рук.: к.с.н., Репина Ю.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

АНАЛИЗ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОХРАНОЙ ТРУДА НА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ РТ

В настоящее время промышленный комплекс Татарстана – один из самых динамично развивающихся не только в Приволжском федеральном округе, но и в России. Основная часть промышленного производства формируется топливной отраслью, машиностроением и химией и нефтехимией.

Удовлетворенность системой управления охраной труда определяется анкетированием, проводимым среди персонала. На одном из машиностроительного предприятия РТ опрос показал следующие слабые места в обеспечении безопасности труда на предприятии:

- порядка 25% рабочих не осведомлены к какой из категорий по условиям труда относится их работа, в связи с чем они получают дополнительные льготы и компенсации за работу;
- 100% опрошенных прошли обучение по охране труда, вводный и первичный инструктажи при трудоустройстве на работу;
- 6% опрошенных считают, что проводится недостаточный инструктаж по технике безопасности;
- все рабочие обеспечены специальной одеждой, обувью и другими средствами индивидуальной защиты, но были случаи отсутствия некоторых из

них (например, очки для газосварки, лицевые щитки) и несоответствие росту и размерам рабочего;

- 13% рабочих нарушали требования охраны труда, причиной тому служит отсутствие знаний, как нужно работать безопасно и большой объем работы, при котором невозможно соблюдать требования безопасности.

В целом, 95% рабочих удовлетворены условиями безопасности и охраной труда на машиностроительном предприятии.

Гафурова А.А.

Н. рук.: к.б.н., доцент Аввакумова Н.Ю.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ БЕЗРАБОТИЦЫ С ПОМОЩЬЮ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Несмотря на достижения 21 века, проблема безработицы приобретает все большую актуальность. В связи с этим, обеспечение занятости населения является одной из наиважнейших задач государства. Конституция РФ гарантирует право гражданам на работу, однако быстро и эффективно ее подобрать часто бывает затруднительно. Несоответствие запросов безработного и условий работодателя является одной из важных причин роста уровня безработицы в стране. В свою очередь количество безработных отражает состояние экономики государства и перспективы его дальнейшего развития.

Резкое развитие инновационных технологий привело к цифровизации большинства услуг и информационных полей. Виртуальное пространство стало неотъемлемой частью жизни современного человека, облегчая его бытовые и профессиональные нужды. Это отразилось и на рынке труда. Сегодня есть много цифровых площадок по поиску вакансий. Однако рынок готов к принятию не просто сайтов – помощников в поиске работы, но и в более удобных форматах, таких как мобильные приложения. Основной целью внедрения таких разработок является обеспечение оперативности в процессе

поиска работы, что приведет к уменьшению доли безработного населения. Таким образом, у людей появится возможность найти работу ближе к дому, построить маршрут до организации, в режиме online составить резюме, записаться на собеседование, также поддерживать связь с организацией, где есть свободная вакансия.

Денисов А.И.

Н. рук.: преподаватель Мирошкина О.А.

Чистопольский филиал Колледжа КИУ

г. Чистополь, Россия

ЭКОЛОГИЯ КАК ОДНА ИЗ ГЛАВНЫХ СФЕР ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА

В этой статье хотелось рассказать про экологию с разных сторон. Для начала надо дать определение экологии – это наука, изучающая флору и фауну, которая также защищает природу говоря простым языком, а более научно – это естественная наука о взаимодействиях живых организмов между собой и с их средой обитания, об организации и функционировании биосистем различных уровней. Экология играет одну из важнейших ролей в нашей жизни. Также она взаимосвязанная со всеми сферами жизни. В социальной сфере, где более чище воздух, вода, еда и другое там повышенная продолжительность жизни.

Экология одна из наук, которая может объединить все страны ради одной цели. И это глобальные экологические проблемы. Главные проблемы, связанные с природой виноват сам человек. Как говорится природа без человека выживет, а человек без природы не выживет. Поэтому стоит задуматься о том, как мы можем помочь природе. Как всем известно это перестать мусорить, вырубать леса, загрязнять атмосферу, гидросферу и литосферу, браконьерство. На этом моменте давайте остановимся по подробнее.

Начнем с выброса мусора, сам по себе человек очень ленивое существо, поэтому он всегда ищет легкие пути зачем ему куда-то идти чтобы выбросить фантик из по конфетки, если есть заросли высокой травы, где как он думает никто не видит особенно, если так делает взрослые и его действия увидели

ребята и они машинально думая, что так правильно повторяют за взрослыми. Таким образом мы должны наоборот приучать следующее поколение к тому, что надо беречь природу с самого детства.

Теперь затронем, то что люди часто вырубают леса. Да без дерева ничего не обходится, например, мебель, приборы, аксессуары и многое другое что связано с древесиной. Люди вырубающие леса должны понимать, что леса это ограниченный ресурс, который очень тяжело возобновлять. Если даже нам нужна древесина и надо вырубить деревья, то надо посадить новые им на замену. Ведь вырубкой лесов мы не только уничтожаем лес, но и лишаем зверей домов.

Также хочу ответить, что люди которые посещают места для отдыха часто не соблюдают технику безопасности, что не сознательно повторяют за другими не смотря об последствиях и из-за хладнокровного отношения к природе в лесу часто случаются пожары.

Поэтому прошу вас дорогой читатель вести себя культурно и главное не повторяйте ошибок за другими людьми. Знайте у вас своя голова на плечах и все зависит только от вас самих.

А теперь давай поговорим о загрязнение атмосферы (воздуха), гидросфера (вода) и литосфера (почва). Как мы все прекрасно знаем, что чаще всего к загрязнению приводят заводы. Однако не только заводы, но и автомобили.

Если уменьшить наши потребности, то есть вероятность, что заводы будут реже производить тем самым делать меньше выбросов в атмосферу. Мы не должны покупать новые вещи если нет жизненной необходимости. Также иногда стоит отказаться от поездок на пикник на автомобиле и заметить эти поездки, вело прогулку со всей семьей, путешествия, прогулки по парку и многое другое.

Теперь стоит уделить самой главной проблеме браконьерству. Браконьерство — определяют, как незаконную охоту, отлов или добычу диких животных или растений, обычно связанные с правами на землю. Браконьерство представляет собой серьёзную угрозу для многочисленных диких организмов

во всём мире и является важной причиной утраты биоразнообразия. Браконьеры занимаются эти для собственной выгоды тем самым не легально зарабатывая денег на убийстве редки зверей и уничтожению редких растений. Браконьерство появилось довольно давно с того времени как люди поняли, что на продажи меха, рогов, зубов и т.д. можно хорошо заработать. Из-за браконьерства многие удивительные и редкие виды животных и растений находятся на грани исчезновения. К счастью многие стали задумываться о сохранение редких видов. Так стали появляться первые заповедники, благодаря, которым на данный момент сохраняет многие редчайшие виды животных. Также существует «Всемирный фонд дикой природы» (WWF). Благодаря, их работе мы можем увидеть своими глазами редких животных таких как: белый медведь, манул, барс, амурский тигр, сайга, панда, зубр и многие другие.

Исхакова М.Р.

Н. рук.: к.с.-х.н. Анисимова К.В.

Альметьевский филиал Колледжа КИУ

г. Альметьевск, Россия

РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ ВО ВРЕМЯ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ

В первой четверти XXI века существенно обострились экологические проблемы, что вызывает угрозу за будущее человечества. На первый план встаёт вопрос о сохранении безопасности человечества. В рамках профилактики экологических проблем был организован Эко-фестиваль “Бережливый Альметьевск”, в котором студенты АФ ККИУ приняли активное участие и оказали содействие в организации фестиваля. В рамках фестиваля был проведён круглый стол с Департаментом экологии города Альметьевск, масштабный сбор макулатуры, сбор пластика, батареек, пробок, также бесплатный сбор старой орг.техники. Был проведен благотворительный сбор книг в библиотеку. На территории фестиваля стояла инсталляция “Сердце”, приобретающая цвет по мере наполнения крышками и фотозона украшенная

продуктами переработки, подделками из пластика и макулатуры.

Во время изучения дисциплины естествознание наш научный руководитель прививает нам экологическую мораль и стимулирует желание заботиться об окружающей среде, а также помогает развивать экологическую культуру в г. Альметьевск, делится идеями и помогает составлять проекты. Студенты АФ ККИУ активно участвуют и реализовывают проекты, экологические инициативы и участвуют в эко-акциях.

Константинова О. Д.

Н. рук.: ст. преподаватель Пидкова Л. В.

Нижекамский филиал КИУ

г. Нижнекамск, Россия

ПАО «СИБУР» - ЛИДЕР В ОБЛАСТИ ЭКОЛОГИИ

В последние годы, с глобальным экономическим развитием, проблема загрязнения окружающей среды и экологического ущерба стала общей заботой во всем мире.

Теория экономики окружающей среды утверждает, что развитие экономики зависит от развития экологической среды, и необходимо понять баланс и координацию между окружающей средой и экономикой. Экономика окружающей среды обеспечивает важную теоретическую основу для изучения экологической ответственности. Экономика окружающей среды подчеркивает, что, удовлетворяя растущие материальные потребности людей, она учитывает взаимосвязь между экономическим развитием и окружающей средой, координирует отношения между человеком и природой и всегда считает поддержание экологического баланса необходимым условием развития предприятия. Поэтому предприятиям необходимо выполнять свои экологические обязательства в рамках устойчивого развития.

ПАО «СИБУР» – ведущий производитель полимеров и каучуков в России, выделяет следующие приоритеты своего производства: снижение негативного воздействия на окружающую среду и минимизация экологических рисков.

СИБУР постоянно совершенствует систему экологического менеджмента. Он охватывает все этапы производства: НИОКР, инвестиции в новые зеленые технологии, сокращение выбросов и сбросов загрязняющих веществ, реализацию проектов экономики замкнутого цикла, и т.д. Корпоративная экологическая ответственность может помочь компаниям определить свои экологические проблемы и внести свой вклад в устойчивое развитие .

Лидерство в области экологии – следствие комплексной работы ПАО «СИБУР» в сфере охраны окружающей среды, управления климатическими рисками, в том числе внедрения рекомендаций TCFD (раскрытие финансовой информации, связанной с изменением климата) и реализации большого числа инициатив, направленных на построение экономики замкнутого цикла.

Макарова О.И.

Н. рук.: к.филос.н., доцент Хомякова В.С.

Уральский государственный университет путей сообщения

г. Екатеринбург, Россия

АНАЛИЗ ВНЕДРЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ «VISION ZERO» В ОАО «РЖД»

В настоящее время эффективное управление безопасностью труда на предприятиях является приоритетом государственной политики и обязанностью каждого работодателя. После присоединения Министерства труда к глобальному партнёрству Концепции «VISION ZERO», многие крупные предприятия и компании (включая ОАО «РЖД») в основу своей политики в области охраны заложили инновационные принципы «нулевого травматизма». Основной посыл идеологии концепции – профилактика производственного травматизма, профзаболеваемости и работа с человеческим фактором.

В целях формирования представлений о степени практического внедрения концепции в ОАО «РЖД» была поставлена задача анализа динамики производственного травматизма и новых инструментов, методов, технологий, разработанных в качестве действенного механизма управления.

В компании разработана система правового регулирования процесса внедрения золотых правил «нулевого травматизма», предупреждающих мер, обучения, экономического стимулирования и мотивации работников к безопасному труду. Однако, стоит отметить, что время внедрения концепции (РЖД присоединилось к концепции в 2018 году) компании не удалось достичь нулевых показателей производственного травматизма ни в одном структурном подразделении. Но, анализ статистики показал, что наблюдается положительная динамика: по итогам работы за 2020 год по сравнению с 2019 уровень общего травматизма в компании снизился на 22 %, смертельного на 30 % и тяжелого на 5 %.

Поэтому нельзя исключать вероятность устойчивой позитивной динамики снижения производственного травматизма и приближения в перспективе его показателей к уровню «ноль».

Пичугина А.А.

Н. рук.: к.с.-х.н., преподаватель Анисимова К.В.
Альметьевский торгово-экономический техникум
г. Альметьевск, Россия

РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ЗАГРЯЗНЕНИЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Природа это все то, что окружает нас, она наш дом, о котором мы должны заботиться и оберегать. Мы должны нести ответственность за свои действия и оберегать природу, ведь люди - единственные разумные существа, населяющие нашу планету, которые, способные думать и принимать обдуманные и правильные решения. Для того, чтобы человек существовал, ему необходимы вещи, производство которых не может обойтись без отходов, которые, в свою очередь, поступают в окружающую среду. Чтобы остановить нанесение ущерба окружающей среде, важно ответственно подходить к планированию промышленной деятельности. Обеспечение экологической безопасности – шанс избежать загрязнения, сохранения первоначального вида для будущих поколений.

Существует две основных группы загрязнителей: физические, связанные

с разными видами излучений, вибрациями; химические, при которых токсичные пары и газы появляются в воздухе, почве, воде.

Делаем вывод, что каждый гражданин может помочь окружающей среде, соблюдая правила по сортировке мусора. Сейчас уже человечество достигло успехов в осознании проблемы и поисках путей её решения. Оказавшись на грани экологической катастрофы, мы поняли, что спасение планеты зависит от нас самих.

Потапахина А.Л.

Н. рук.: к.с.-х.н. Анисимова К.В.

Альметьевский филиал Колледжа КИУ

г. Альметьевск, Россия

РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В АЛЬМЕТЬЕВСКОМ ФИЛИАЛЕ КОЛЛЕДЖЕ КИУ

В последние годы большое значение отводится развитию экологической культуры у студенческой молодежи. 11 ноября мы приняли участие в экологической олимпиаде «Энергосбережение в быту», которая проводилась на базе Альметьевского профессионального колледжа, где заняли 3-е место.

Студенты АФ ККИУ регулярно организуют субботники в городе и в черте города. В этом году студенты приняли участие в организации «Чистых игр». «Чистые игры» - Всероссийские командные соревнования по очистке природных территорий от мусора и разделению отходов. Мероприятие было проведено на Альметьевском мусорном полигоне - самом загрязненном месте города. Участники игры собирали и отсортировывали мусор, а организаторы начисляли баллы. По итогу игры было собрано более 2,5 тонн мусора и отправлено на переработку.

В Альметьевском филиале Казанского Инновационного Университета реализуется проект «Вторая жизнь», в рамках которого в учреждении ведётся сбор пластика, крышек и макулатуры. В последующем будут проводиться мастер классы по созданию подделок из пластика, ковриков и декораций из

крышек, крафтовой бумаги из макулатуры. За нашими начинаниями стоит большое будущее, ведь дорогу осилит идущий и мы находимся на пути привития себе и окружающим основных навыков экологической культуры.

Петрова-Дыбова Е.Б.

Н. рук.: к.б.н., доцент Латыпова Г.М.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ЭКОЛОГИЧНАЯ ИЛИ УСТОЙЧИВАЯ МОДА КАК АЛЬТЕРНАТИВА «БЫСТРОЙ» МОДЕ

Индустрия моды активно развиваясь, создаёт за короткий промежуток времени большое количество дешевого товара, который становится корнем экологических проблем, связанных с «быстрой» модой. «Быстрая мода» оказывает негативное влияние на окружающую среду как при производстве, начиная с текстильных фабрик, пошива одежды и заканчивая транспортировкой, потреблением и утилизацией. Однако моду можно сделать более устойчивой или экологичной путем использования органических материалов, биоразлагаемых красителей, инженерных моделей, которые не создают отходов, а также применения потребителями экологичного гардероба.

В нашем исследовании был изучен вопрос осведомленности молодежи об устойчивой моде и соблюдении ими правил экологичного гардероба. В опросе участвовало 150 человек, в возрасте от 17 до 22 лет. В результате опроса были получены следующие данные: большинство опрошенных (61,4%) знают об устойчивой моде и 55,7% тщательно подходят к покупке одежды, но 44,3% - покупают все подряд, главное, чтобы было не дорого, не задумываясь, будут они эту вещь одевать в дальнейшем или нет. В итоге необдуманные покупки у 62,9% опрошенных приводят к захламлению гардероба абсолютно не нужными вещами, которые в дальнейшем выбрасываются в мусор (17,1%). Однако есть и те, кто их раздаривает (28,6%), отдает нуждающимся или в магазины (40%), или дает вещам вторую жизнь (11,4%). Разочаровывает тот факт, что 60%

опрошенных не знает и не применяет в своей жизни правил экологичного гардероба, хотя 54,3% молодежи готовы покупать и носить не дорогие подержанные вещи или платить больше денег, за экологичную продукцию.

Таким образом, мы считаем, что необходимо больше информировать молодежь об устойчивой моде, активно привлекать ее к мероприятиям проводимых в рамках эко-моды и внедрять в жизнь правила ведения экологичного гардероба, тем самым помогая решать экологическую проблему в индустрии моды.

Шачнева И.А.

Н. рук.: ст. преподаватель Янгличева Ю.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ВЛИЯНИЕ МУСОРА НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ

Мегаполисы превращаются в огромные мусорные свалки. Мусор присутствует везде в той или иной форме. Ежегодно производится тонны отходов, и только малая часть уходит на переработку. Рециклинг разновидность переработки отходов. Один из самых результативных и действенных методов борьбы с растущим количеством мусора.

Свалки позволяют свободно мигрировать газу в окружающую среду, виновны в серьезном загрязнении окружающей среды. Химический жизненный цикл мусора на свалке условно можно разделить на четыре главных фазы. Метан и углекислый газ являются основными продуктами разложения мусора, но далеко не единственными. Метан, как было доказано, почти в 30 раз более активный парниковый газ, чем диоксид углерода.

Происходит глубинное заражение грунта, если под свалкой размещаются грунтовые воды, то они практически отравляются ядом. Следовательно, ближайшие водоёмы токсичны и опасны для человека. Грунт становится непригодным для использования в течение нескольких сотен лет после закрытия свалки.

Пожары на свалках частое явление. При горении мусора могут выделяться диоксины они являются значительно токсичными веществами. Загрязнение воздуха при сжигании мусора на открытом воздухе, оказывает негативное влияние на самочувствие населения, также вызывает заболевания дыхательных путей.

Антропогенные факторы загрязнения рек и морей являются источником повышенного вреда для флоры и фауны. Большая концентрация отходов, плавающих в воде, загрязняют гидросферу. Мусор, который в большом количестве собирается на плоскости водоёмов, становится препятствием для попадания солнечного света, что, в свою очередь, приводит к опасности для жизни водорослей и планктона, которые играют одну из ключевых биологических ролей в пищевых цепочках и поддержании биологических сообществ, являясь источником питательных веществ для морских существ.

СЕКЦИЯ №11. МАРКЕТИНГ

Аветисян С. А.

Н. рук.: ст. преподаватель Гришина Н. В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ С МАРКЕТПЛЕЙСАМИ

Рынок маркетплейсов набирает обороты наряду с онлайн-торговлей. Маркетплейсы популярны благодаря практичности и низким ценам. Они имеют быструю доставку, нередко имеется возможность забрать товар уже на ближайшие дни из пункта выдачи или заказать с помощью курьера. Пунктов выдачи достаточное количество и в частности они расположены по близости.

Маркетплейсы как посредник приходит на помощь предпринимателю при поиске покупателя, при выходе на новейшие рынки. Начать продавать на маркетплейсах не так уж и сложно, но они имеют свои особенности. С точки зрения покупателя маркетплейсы и интернет-магазины значительно схожи между собой: изначально необходимо выбрать товар, добавить в корзину, оплатить и ожидать доставку. Но со стороны владельца онлайн-платформы разница состоит в следующих важнейших аспектах:

У маркетплейс нет собственных товаров, они всего лишь привозят клиенту товар от поставщика, к тому же они сами предлагают товары различных производителей, когда интернет-магазин торгует лишь собственной продукцией. Маркетплейсы имеют собственную систему оплат и доставок, говоря другими словами, сами организуют процесс торговли. Онлайн-магазины несут ответственность за качество собственного товара, а маркетплейсы – нет. Но исключением являются те случаи, когда маркетплейсы предлагают покупателям свою продукцию или же, когда возникают проблемы в пунктах доставки.

Таким образом, фактически интернет-магазины постепенно вытесняются. Объем электронной торговли в России в 2021 году, а до 2025 года

прогнозируется рост на 34%. Тем временем на основные маркетплейсы приходится 1,5 миллиарда рублей оборота, а их рост год к году составил 111%.

Альмухаметова К.Р., Грачева Р.А.

Н. рук.: к.э.н., доцент Сушкова Т.В.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

ИССЛЕДОВАНИЕ ИМИДЖА ООО «ВПРОК-СЕРВИС» НА ЛОКАЛЬНОМ РЫНКЕ

Актуальность имиджа организации определяется противоречием между потребностью общества в определенном имидже отечественных организаций и реальным его восприятием различными субъектами.

С целью изучения имиджа был проведен опрос реальных и потенциальных потребителей. Инструмент – анкета в Google форме. Было опрошено 20 человек.

В ходе исследования было выявлено, что наиболее часто посещают такие магазины бытовой химии, как Впрок (60%), Фикс Прайс (7%), Галамарт (13%), Магнит Косметик (20%).

Из 20 опрошенных 12 человек чаще всего посещают «Впрок», 1 человек – «Фикс Прайс», 3 человека – «Галамарт», 4 человека – «Магнит Косметик». На вопрос: «Как часто вы посещаете магазин бытовой химии?», из 20 человек: 10 человек посещают магазины бытовой химии 7-10 раз в месяц (50%), 3 человека – 4-5 раз в месяц (15%), 5 человек – 1-2 раза в месяц (25%), 2 человека 1 раз в 2-3 месяца (10%). Нет таких респондентов, которые никогда не посещали магазин бытовой химии.

В среднем респонденты оценили уровень цен на 2,2 балла, широту ассортимента, качество товаров, удобство размещения и чистоту зала - 2,45 баллов, культура обслуживания – 2,4 балла, режим работы – 2,25 баллов.

Внешний вид персонала устраивает 85% опрошенных – 17 человек, не устраивает – 5% (1 человек), затрудняются ответить на этот вопрос 10%

опрошенных – 2 человека. 40% считают персонал магазина «Впрок» вежливым, по 30% оценили уровень вежливости персонала на 3 и 4 бала.

35% респондентов считают скорость обслуживания персонала магазина «Впрок» высокой, 45% оценили скорость обслуживания на 4 балла, 15% опрошенных оценили скорость обслуживания на 3 балла.

На вопрос: «Устраивает ли Вас интерьер магазина «Впрок»?», 7 респондентов (35%) ответили, что не обращают внимания, 12 (60%) опрошенных устраивает интерьер магазина и только 1 человека (5%) не устраивает интерьер магазина «Впрок». 65% опрошенных (считают, что у магазина «Впрок» высокая узнаваемость логотипа, 25% оценили узнаваемость логотипа на 4 балла, 10% опрошенных оценили узнаваемость логотипа на 3 балла.

Наиболее часто приобретают товары бытовой химии (18 человек), канцелярию (13 человек), косметику (10 человек), посуду (5 человек), товары для животных и товары для детей каждый по 2 человека.

В ходе проведенного анализа можно дать следующие рекомендации по повышению имиджа организации:

- Провести рекламную кампанию, целью которой будет популяризация магазина «Впрок»;
- Вести социальные сети магазина, для освещения потенциальных клиентов о действующих акциях;
- Больше принимать участие в благотворительных мероприятиях;
- Пересмотреть способы мотивации сотрудников для обеспечения эффективной работы.

Бикмиева И.И., Газизова А.Л.

Н. рук.: к.э.н., доцент Сушкова Т.В.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

ИССЛЕДОВАНИЕ ОТНОШЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (КЛИЕНТОВ)

К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАГАЗИНА «ЭЛЬДОРАДО»

На сегодняшний день создание верного имиджа помогает клиенту воспринимать деятельность организации, или товар, который производит организация как нечто отличное от других аналогичных продуктов, нечто лучшее. Именно в этом проявляется актуальность выбранной темы исследования.

С целью изучения отношений имиджа был проведен опрос реальных и потенциальных клиентов, было опрошено 20 человек. Инструмент сбора – анкета.

Среди всех магазинов бытовой техники потребители чаще всего посещают такие магазины, как «DNS» (45%), «Эльдорадо» (40%) и «М.Видео» (25%). 40 % опрошенных бытовую технику покупают раз в полгода и 1-2 раза в год, 20% покупают 1-2 раза в три месяца. Большинство респондентов ответили, что самым главным фактором при выборе магазина является уровень цен (70%). Также немаловажными факторами для людей являются качество предложенных товаров (50%) и профессионализм сотрудников (50%). А вот такие факторы как широта ассортимента (40%), качество обслуживания (30%), чистота зала прилегающей территории (30%), удобство размещения (20%) атмосфера в магазине (10%) не играют важную роль при выборе магазина. Большинство опрошенных, а именно 35% отмечают что, сильной стороной магазина «М.Видео» является уровень цен, а магазина «DNS» (35%) – широкий ассортимент. Качественные товары в магазинах «М.Видео» (25%) и «Miele» (15%). Магазины «Miele» (20%) и «Haier» (10%) размещены в удобном месте для совершения покупок. Чистый зал и чистая прилегающая территория в магазине «DNS» (15%). Отличное качество обслуживания в магазине «Polaris»

(15%). Со своими обязанностями хорошо справляются сотрудники магазинов «DNS» (10%) и «Haier» (10%).

50 % опрошенных склоняются к тому, что у магазина «Эльдорадо» хорошая рекламная политика. Большинство опрошенных ответили, что основной источник информации для них – Интернет (45%). Те, кого информируют семья или друзья – 25%, а остальные получают информацию из телевидения и наружной рекламы – 20% и 10%. Среди опрошенных 40% считают, что у сотрудников отличный внешний вид.

45% респондентов думают, что у магазина «Эльдорадо» хороший фирменный стиль.

Главным недостатком магазина покупатели считают качество обслуживания и плохое качество товаров. Также некоторые респонденты отметили редкость проводимых акций.

Биткина Д.В.

Н. рук.: к.э.н., доцент Сушкова Т.В.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

ИССЛЕДОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ЭСТЕЛЬ СЕРВИС УРАЛ»

Изучение рекламной деятельности и разработка рекламных акций проводилась на примере ООО «Эстель сервис Урал». ООО «Эстель сервис Урал» считается одним из крупных предприятий в городе в сфере розничной торговли косметическими и парфюмерными товарами. Оценка использования оконных витрин и степень привлечения внимания прохожих показала, что витрины ООО «Эстель сервис Урал» отвечают своему предназначению и привлекают 20% прохожих. Однако показатель недостаточно высок и значит, организация и оформление витрин требуют доработки.

Проведенная оценка эффективности рекламной деятельности ООО «Эстель сервис Урал» показала, что рекламная деятельность в ООО «Эстель

сервис Урал» в анализируемый период имеет положительную эффективность, проявляемую в росте продаж товаров. Рентабельность рекламной деятельности ООО «Эстель сервис Урал» в сфере деятельности косметики и парфюмерии также имеет достаточный процент. Несмотря на то, что эффективность рекламной деятельности ООО «Эстель Сервис Урал» положительная, есть и некоторые недоработки: малое количество рекламных акций, розыгрышей и т.д., одни и те же пути распространения рекламной информации.

Для устранения выявленных недостатков рекомендуется: улучшить политику продвижения товаров и услуг, качество обслуживания и предотвратить текучесть кадров. Улучшению политики продвижения товара будет способствовать: проведение презентаций товаров; реклама должна запоминаться потребителям; проверка наличия знания у сотрудников «технологии продаж». Для VIP-клиентов «Эстель сервис Урал» рекомендуется разработать программы лояльности (бонус за каждую покупку, многоуровневую бонусную программу), использоваться специально разработанные джинглы для торгового зала, напечатать специальные POS-материалы, которые представляли бы собой фирменные ценники, провести рекламные акции «Твой шанс» и «Твой час», оформить в магазине большой карты мира с подсветкой на стене и осуществить единое позиционирование витрин всех торговых магазинов. С целью проверки и последующего совершенствования качества обслуживания клиентов в ООО «Эстель сервис Урал» необходимо внедрить проверку методом «Тайного покупателя».

Выдренков Д.С.

Н. рук.: ст. преподаватель Гришина Н.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

АНАЛИЗ ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Сейчас в мире непростая обстановка, что, безусловно, окажет сильнейшее

влияние на дальнейшее развитие российской (да и мировой) экономик. Многие страны ввели санкции против России и перестали импортировать свои товары в нашу страну. Чтобы удовлетворить потребность населения в том или ином товаре, местные товаропроизводители взяли курс на импортозамещение.

Эксперты подсчитали, что из-за санкций автопроизводителей Россия лишится 441 115 автомобилей – а это четверть рынка. Возможно, часть освободившейся ниши займут китайцы (пока что на них приходится 7% авторынка). Российский автопром покинули или испытывают трудности 30 производителей. Более того, даже наши компании начали испытывать трудности, что связано с тем, что какие-то детали производились за рубежом, а теперь границы для торговли закрыты. И компаниям приходится искать новых поставщиков, попутно сокращая штат, чтобы не разориться.

Кроме автопрома также пострадали такие сферы, как: 1) платежные системы и электронные кошельки (JCB, Coinbase, Visa, Mastercard, PayPal); 2) продукты и напитки (Valio, Paulig, Diageo, Pernod, Ricard, Nemiroff, Prazdroj, Budejovicky, Budvar, Staropramen, Bernard Heineken и т.д.); 3) красота и здоровье (Henkel, Shiseido, Herbalife, Kao, Colgate-Palmolive, L'Oreal, iHerb, Estee Lauder, Procter & Gamble и другие); 4) одежда (Levi's, Adidas, Zara, Puma, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Nike, H&M Group, Asos и др); 5) игры и развлечения (Wargaming, CD Projekt, RED, Activision, Blizzard, Sony Nintendo, PokerStars и др); 6) техника и электроника (Logitech, Sharp, LG Electronics, Qualcomm, Mitsubishi, Epson, IBM, Nvidia, Samsung, Apple, Intel, AMD, TSMC, Canon, HP, Dell и др). А также Россию покинули предприятия других отраслей, например, топливной и энергетической (Equinor, British Petroleum, ExxonMobil) и ряд других.

По разным оценкам, в России производится всего 30% товаров, все остальное ввозилось из-за границы, и это означает то, что в скором времени многие бренды, к которым мы привыкли, пропадут с полок магазинов. Но их кто-то должен (и может) заменить, ведь, как известно, спрос рождает предложение. Только чтобы создать бренд, настроить производство и

распространить информацию о товаре потребуется время и капитал. Определенно эти санкции выбили нас из комфортной жизни, но все это наводит на мысли о том, что может быть все это не так уж и плохо для России в долгосрочной перспективе.

Гарифуллина А. Р.

Н. рук.: ст. преподаватель Гришина Н. В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ

Одной из маркетинговых стратегий является стимулирование продаж. Так, бизнес запускает краткосрочные кампании для увеличения спроса именно на конкретный продукт или услугу. Основными задачами данной стратегии являются увеличение прибыли, лояльность покупателей и повышение узнаваемости бренда. Стимулирование продаж подойдёт любому бизнесу, если подобрать подходящий метод, в среднем это около восьми видов методов.

Наиболее популярный метод - конкурсы и розыгрыши. Такой метод привлечёт внимание к бренду, также станет отличной возможностью собрать контакты заинтересованной аудитории (чем больше сумма розыгрыша, тем больше спрос). Яркий пример-акция Coca-Cola, приуроченная к Новому году.

Срочная распродажа или временное снижение цен - рекламная акция, которая проводится на ажиотаже. Так, маркетологи могут заранее предупредить о распродаже, ярким примером здесь выступает Чёрная пятница.

Один из самых распространённых способов стимулирования продаж- купоны. Они привлекают новых клиентов, укрепляют отношения с клиентами. Помимо этого выделяют пробники, которые являются отличным способом для привлечения потенциально новых клиентов, пробники устанавливают доверительные отношения, так как этот метод не несёт никаких рисков.

Также стоит отметить, что существуют ещё такие методы стимулирования, как реферальные программы; ограничения по времени

бесплатной доставки; временные бесплатные бонусы; акция 2=1 или 3=2.

Таким образом, методы стимулирования продаж имеют как положительные, так и отрицательные стороны. Положительные стороны: увеличение выручки и повышение лояльности покупателей. В качестве отрицательной стороны выступает то, что акции работают только в краткосрочной перспективе.

Дьячков Д.В., Миназева А.Р.

Н. рук.: к.э.н., доцент Сушкова Т.В.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

ИССЛЕДОВАНИЕ ОТНОШЕНИЯ КЛИЕНТОВ К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАГАЗИНА СПОРТИВНОГО ИНВЕНТАРЯ И ОДЕЖДЫ «ОЛИМПИА» (ИЗУЧЕНИЕ ИМИДЖА КОМПАНИИ)

С целью исследования отношения клиентов к деятельности магазина спортивного инвентаря и одежды «Олимпия» был проведён опрос. Инструментом данного опроса является анкета. Было опрошено 20 человек.

В ходе исследования было выявлено, что наиболее известным и узнаваемым магазином спортивного инвентаря и одежды среди опрошенных является магазин Adidas (20 из 20 опрошенных известен данный магазин). В это время магазин «Олимпия» известен только 20% опрошенных.

Опрошенные посещают магазины спортивной одежды несколько раз в пол гола (60%).

У опрошенных магазин «Олимпия» ассоциируется с греческой мифологией и спортивными товарами от 12.5%. Социальные сети, наружная реклама и телевидение являются наиболее частым местом упоминания о магазине «Олимпия» 45,40% и 20% соответственно. Отличительными чертами магазина «Олимпия» является низкая цена и хорошее качество товара по 9%.

По мнению опрошенных для роста посещаемости магазина необходимо установить информационные стойки для лёгкого поиска и выбора товара 52.6%.

На вопрос об оценке деятельности магазина «Олимпия» по критериям удобства месторасположения, профессионализма и вежливости персонала ассортименту, уровню цен, привлекательности интерьера и атмосфера зала наиболее частым ответом был 5 баллов из 10 - 38.5%.

Мини обзоры продукции в информационных стойках по мнению опрошенных должны повысить культуру обслуживания в магазине «Олимпия» 83 и 3%. Кроме того, опрошенные считают, что магазину «Олимпия» нужен корпоративный герой и предлагают такие варианты ответы, как пегас и атлант.

Основная масса опрошенных это люди возрасте от 20 до 30 лет 80%. В основном работающие граждане 52.6% со средним уровнем дохода (50% опрошенных).

На основе вышеизложенного можно дать следующие рекомендации:

1. Магазины «Олимпия» необходимо повысить узнаваемость бренда с помощью различных инструментов, например, таких как создание корпоративного героя.

2. Магазины «Олимпия» рекомендовано повысить культуру обслуживания путём установки зала информационных стоек и путём улучшения качества обслуживания клиентов персоналом.

3. В целях развития магазину «Олимпия» необходимо расширить свою целевую аудиторию, охватив аудиторию от 40 и более лет.

Зигангареева Д.И.

Н. рук.: к.э.н., доцент Хадиуллина Ю.В.

Колледж КИУ

г. Казань, Россия

РЫНОК МАРКЕТПЛЕЙСОВ КАК АКТУАЛЬНЫЙ МЕТОД ТОРГОВЛИ

Формат маркетплейса на данный момент является самым значимым в мировой интернет - торговле. Их востребованность объясняется безопасностью, комфортом и экономией времени для покупателя.

Маркетплейсы делятся на 4 тематических категории: товары, услуги,

нформация, инвестиции. Самые известные маркетплейсы России - это Ozon, Lamoda, «Яндекс.Маркет», Wildberries.

Рынок маркетплейсов предоставляет возможность находить новых клиентов, продвигать свой бизнес, размещать объявления и прогнозировать многими крупными исследовательскими компаниями стабильный рост интернет – торговли, увеличение количества покупателей, совершающих покупки онлайн, переход на работу из дома.

В последнее время мы переживаем время санкций, коснулись они и российские маркетплейсы: заблокированы активы, полностью запрещен транзит ресурсов через территорию Украины, предотвращен вывод капитала за территорию Украины, приостановлены исполнения экономических и финансовых обязательств, запрещена передача технологий и прав на интеллектуальную собственность.

Чтобы выйти на рынок маркетплейсов необходимо определиться с товаром и площадкой, затем изучить условия интернет-площадки. После регистрации на сайте подготовить контент для размещения, продумать способ доставки и упаковку. Когда все это будет сделано, надо подключиться и запустить первые продажи. Для предприимчивых людей наступило время открыть интернет-площадки и поддерживать реализацию продукции Российских производителей через маркетплейсы.

Инцына А.О.

Н. рук.: ст. преподаватель Гришина Н.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ РЕКЛАМЫ

Гендерные стереотипы — это распространенные в обществе представления об особенностях и поведении представителей разных полов.

Влияние гендерных стереотипов можно увидеть и в когнитивном процессе. Основной принцип заключается в том, что все люди принадлежат к

одному полу и, следовательно, имеют фундаментальное сходство с другими людьми того же пола в некоторых важных аспектах жизни. Изучение изображений гендерной рекламы позволяет нам анализировать социальные роли и модели поведения, которые «навязывает» реклама, а также стереотипы, укоренившиеся в сознании потребителей. Реклама влияет на сознание людей, часто с использованием гендерных стереотипов, что способствует более эффективному рекламному общению. В результате этот тип рекламного сообщения значительно увеличивает успех рекламной компании, способствуя хорошим результатам.

Как показывает практика, влияние рекламы на женщин зачастую сильнее, чем на мужчин. При покупке товаров они более активны в разговоре и у них легче вызывать эмоции, которые могут привести к совершению покупки. Они трепетно относятся к своему внешнему виду, поэтому рекламу даже товаров, не относящихся к одежде, косметике и средствам по уходу, можно подать, используя желание женщины выглядеть красиво.

В отличие от «женского» шопинга, типичный «мужской» подход утилитарен. Сегодня считается, что мужчины не получают удовольствия от покупок. Они ходят в магазин за тем, что нужно. Желаемый товар должен быть доступен, путь к кассе должен быть максимально коротким и удобным. Женщины при покупке обращают больше внимания на внешний вид и дизайн товара. Тогда как мужчинам важнее функциональность и ремонтпригодность товара. В рекламе мужских товаров эксплуатируется тема брутальности, мужественности и уверенности в себе.

Реклама закладывает в нас определенные образы, с которыми ассоциируем мужчин и женщин. Получается, что реклама влияет на нас, отражая запросы общества и гендерную политику государства.

Иноятова А.Р.

Н. рук.: к.и.н., доцент Рычкова Н.В.

Казанский национальный исследовательский технологический

университет

г. Казань, Россия

ВОЗМОЖНОСТИ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЯ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Одним из каналов маркетинговых коммуникаций организаций с целевыми потребителями являются средства массовой информации (далее СМИ). В связи с активизацией онлайн-рынков возрастает роль электронных СМИ. Для них характерны такие особенные свойства как мультимедийность, интерактивность, гипертекстуальность. В виртуальном коммуникационном пространстве представляют свои услуги два типа СМИ, имеющие печатные аналоги и не имеющие. Целью исследования было определение возможностей электронного журнала «Enter-media», который не имеет печатного аналога, быть для организаций коммуникационным каналом с целевыми потребителями. Для этого были проанализированы формат, целевая аудитория издания, его место в рейтинге СМИ Республики Татарстан. «Enter-media» позиционирует себя как интернет-журнал о жизни и развлечениях новой Казани с ежедневной периодичностью обновления контента. По целевому назначению издание можно определить, как досуговое лайфстайл-медиа, направленное на получение общедоступных сведений по организации быта жителей Татарстана, а также разнообразным формам творчества. Целевая аудитория журнала – молодая (18-35 лет) творческая молодежь. Были выявлены характерные особенности журнала: оперативность публикаций, множество форм интерактивности, разнообразие форм контента и др. Издание размещает нативные рекламы, рекламные новостные анонсы, создает уникальные брендированные спецпроекты. Таким образом, этот журнал может быть включен в комплекс маркетинговых коммуникаций компаний, работающих с той же целевой аудиторией на рынках досуга, развлечения, творчества и т.д.

Карпова В.А.

Н. рук.: к.вет.н., доцент Коростелева В.П.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань Россия

ЗНАЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ В МАРКЕТИНГЕ

В маркетинге основной характеристикой является качество товара, которое имеет влияние на влияние и создание потребительских предпочтений, а также создание конкурентоспособности.

Качество товаров для потребителей является одним из важнейших факторов экономической деятельности предприятия.

На качество влияют множество факторов, из которых можно выделить две главные группы:

- 1.Формирующие факторы;
- 2.Сохраняющие факторы.

К формирующим факторам относят:

а) Маркетинг- это управление и удовлетворение спроса людей на определенную группу товаров или организаций при помощи обмена. Маркетинг занимают ведущую роль всего, что затрагивает требования к качеству продуктов и товаров. Весь поток информации, касающийся требований к качеству товаров должен анализироваться, перепроверяться, доводиться до производителя для изменений в производстве, учитывая пожелания покупателей.

б) Уровень качества товаров, имеющих нормативную документацию о каждом товаре, напрямую говорит о качестве товаров. В документации должны быть отражены требования, относящиеся к сырью, продукции, материалам, которые повышают качество товаров, обеспечение безопасности потребителей, а также соответствие всем нормам и требованиям потребителей.

Повышение качества товара со стабильным спросом, приведет к росту покупателей, улучшению показателей в производстве и к тому же, можно будет

найти средства для решения последующих проблем, связанных с качеством товаров.

в) Технология и сырьё, становятся выпускаемой продукцией и влияют на качество продукции.

Факторами, которые сохраняют качество товаров, является тара, упаковочные материалы, сроки транспортирования и условия хранения и реализации.

Не конкурентоспособность определённых товаров выражается отсутствием контроля за качеством сырья, несоответствием качества и требования стандартов, нарушением технологии производства товаров и технических моментов.

Повышение качества потребительских товаров- приоритетная задача, которая принята к реализации в Стратегии повышения качества пищевой продукции в РФ до 2030 года.

Казанцева Т.А.

Н. рук.: доцент Рычкова Н.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ НОВОГО ПРОДУКТА

Критериями успеха нового продукта являются: важность для потребителя; уникальность и отличительность выгоды; устойчивость; возможность реализации, соответствие цены потребительской ценности. Одним из элементов процесса распространения инноваций является коммуникация с потенциальными потребителями. Основанием для эффективной коммуникации являются результаты позиционирования, на основе которых разрабатываются коммуникационные рычаги. В условиях жесткой конкуренции позиция организации и ее нового продукта в сознании потребителей должны выгодно отличаться от вариантов конкурентов и являться для целевых групп первоочередным выбором. Показателем успешного позиционирования

марки/бренда является сильная конкурентная позиция организации на целевых рынках. Был проведен анализ основных идей и концепций позиционирования брендов. Широко используется концепция «позиционирование по потребителю» (гиппоаллергенная косметика «CLINIQUE», веганская косметика «ADVANCED BEAUTY TOOLS»). Актуальна концепция «ценового позиционирования» (лозунг авиаперевозчик «ПОБЕДА» – «Дешевле, потому что без лишних деталей»). Компании, работающие на рынках, гостеприимства, сервиса часто используют концепцию «качество обслуживания» (ключевое слово в коммуникациях компания «М-Видео» «Нам не всё равно»). Основаниями для позиционирования являются характеристики продуктов; предложения потребителям в решении проблем; потребительская выгода, ценности; тип целевого потребителя и др. В целом успешное позиционирование нового продукта позволяет помочь потенциальным потребителям выделить его среди аналогов и отдать ему предпочтение при покупке.

Комарова В.В.

Н. рук.: к.и.н., доцент Рычкова Н.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ИНТЕРНЕТ-СУПЕРМАРКЕТОВ

Российский рынок онлайн продаж характеризуется ростом конкуренции, активностью субъектов, формирующих рыночную среду. В современной действительности интернет-супермаркеты набирают всё большую популярность. Для удержания конкурентной рыночной позиции, повышения конкурентоспособности организации на рынке электронной коммерции, необходимо строить маркетинговую деятельность, в том числе, и на основе результатов анализа структуры потребительского выбора. Целью исследования является выявление критериев потребительского выбора электронных супермаркетов. Информационной базой стали сайты компаний, отзывы клиентов, мнения экспертов, а также данные маркетинговых исследований.

Результаты анализа свидетельствуют, что потребительский выбор на рынке онлайн-продаж не ограничивается такими критериями оценки продавцов, как ассортиментное предложение, качество товаров, цена. В структуре потребительского выбора важное значение имеют следующие критерии: дизайн сайта, который позволяет сориентироваться в ассортиментном предложении и сэкономить время на оформлении заказа; услуга доставки по правилам онлайн-торговли; многообразие форм оплаты покупки; наличие обратной связи и работа службы поддержки, которая компетентна отвечать на вопросы покупателей.

Анализ важности разных критериев выбора электронных супермаркетов и удовлетворенности ими целевыми группами потребителей позволяет построить мультиатрибутивную модель конкурентоспособного субъекта рынка электронной коммерции и определить коммуникационный рычаг системы продвижения.

Кононова В.А.

Н. рук.: к.э.н., доцент Сушкова Т.В.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

ИЗУЧЕНИЕ АССОРТИМЕНТА ООО «ЛЕНТА» НА ЛОКАЛЬНОМ РЫНКЕ

С целью исследования отношения покупателей «Лента» к ассортименту и к некоторым основным аспектам её деятельности был проведен опрос. Было опрошено 50 реальных покупателей ООО «Лента». Инструмент сбора данных – анкета. Было выявлено, что в ассортименте конкурентов «Лента» наиболее всего покупателей устраивает широта и глубина ассортимента, наличие сопутствующих товаров бесплатно, подарки.

Затем в ходе исследования изучались факторы, влияющие на выбор магазина. Выяснилось, что половина покупателей (50%) обращают внимание на стоимость продукции, на качество продукции обращают внимание 20%

покупателей, насыщенность ассортимента по важности так же занимает второе место (20%). Сбор информации показал, что большинство потребителей (33%) и (32%) удовлетворены ассортиментом «Лента» и (15%) людей не совсем удовлетворены.

Далее в ходе исследования изучалась широта ассортимента товаров в ООО «Лента», большая часть опрошенных (40%) ставят оценку по шкале +3, далее (20%) оценивали по шкале +2, также (20%) +1. Малая часть (10%) опрошенных оценили по шкале 0, затем (10%) оценили в -3.

Кроме того, был проведен анализ показателей ширины, глубины, насыщенности, можно сказать, что $K_{ш} = 92\%$; $K_{г} = 95,03 \%$; $K_{н} = 96,3 \%$.

ABC анализ показал, что в группу «А» вошли такие наименования ассортиментной группы, как: деликатесы из рыбы и морепродуктов в рассоле/масле, деликатесы из рыбы и морепродуктов, охлажденная и переработанная рыбная продукция. В позицию «В» – рыба и морепродукты глубокой заморозки. В позицию «С» – готовая рыбная продукция.

Также в ходе исследования были выявлены некоторые недостатки, такие как: неудовлетворенность покупателей ассортиментом; узкие ассортиментные группы «Деликатесы из рыбы и морепродуктов в рассоле/масле», «Охлажденная и переработанная рыбная продукция»; недостаточная глубина в группе «Деликатесы из рыбы и морепродуктов в рассоле/масле»; отсутствует оптимальное поддержание ширины, глубины, насыщенности; несвоевременное пополнение ассортимента; редко проводят пересмотр структуры ассортимента. Для их решения был предложен ряд мероприятий для их решения.

Корейба Д.К., Ломова С.И.

Н. рук.: к.и.н., доцент Рычкова Н.В.

Казанский национальный исследовательский технологический университет

г. Казань, Россия

ВЛИЯНИЕ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ НА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ «УХОДОВЫХ КОСМЕТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ»

Рынок «уходовых косметических средств» является одним из самых крупных и быстрорастущих, не смотря на экономические затруднения, санкции и ограничения импорта. Это связано с ростом потребительского спроса на косметические новинки. Из-за острой конкуренции на рынке, основные представители уходовой косметики пытаются удержаться на лидерских позициях с помощью постоянного совершенствования технологий производства и рекламы. Контекстная реклама предоставляет информацию потенциальному потребителю при вводе в поиске запроса или при проявлении интереса к определенной тематике в интернете, позволяет заметить «нового игрока» на рынке, напомнить о бренде. Был проанализирован выход на российский рынок бренда «Dermoshop». Бренд позиционировал себя как высокоадаптивная косметика для типов кожи и климатических северных широт. Проанализировав российский рынок и возможную реакцию на название нового бренда, производителями было принято решение провести ребрендинг и использовать контекстную рекламу. После ребрендинга название сменили на «Dermosil». Основными каналами продвижения были выбраны: Яндекс.Директ, Google Ads и Facebook. Основные акценты сделаны на уникальность и узнаваемость бренда. Дополнительно размещались отзывы пользователей и баннеры с объяснением названия бренда. Благодаря рекламной кампании с использованием контекстной рекламы увеличился объем продаж, ежегодный прирост новых покупателей и на 80% увеличение повторных покупок. Грамотное использование контекстной рекламы позволяет сформировать в сознании потребителя позитивный образ марки и стимулировать продажи.

Крайнов А.В.

Н. рук.: к.и.н., доцент Рычкова Н.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПОСТРОЕНИЕ ПРОФИЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ МАРКЕТПЛЕЙСОВ

В основе разных моделей потребительского поведения лежат такие факторы, как цена и качество товара, приверженность к марке/бренду, ситуации покупки, ориентация на новизну, моду и др. На разных рынках эти модели имеют разные профили. Сегментация рынков позволяет построить профиль потребителя и разработать маркетинговые инструменты эффективного взаимодействия. Структура потребительского выбора сегодня включает в себя не только компании офлайн-рынка, но и онлайн-рынка. Объектом анализа были маркетплейсы – интернет-платформы взаимодействия покупателей и продавцов. Для управления рыночной успешностью применяется технология маркетингового таргетирования: STR (сегментация, таргетирование, позиционирование): применение традиционных маркетинговых инструментов в электронной коммерции для выделения целевых групп потребителей. Анализ интернет-ресурсов показал, что чаще всего строится профиль реальных, а не потенциальных потребителей. Характеристики потребителей являются признаками сегментации. В рыночном онлайн сегменте «маркетплейс» чаще всего проводится социально-демографическая сегментация с выделением таких характеристик, как пол, возраст, тип семьи, доход, социальное положение и т.д. Однако по мере усиления конкуренции и изменений в структуре потребительского выбора возникает аналитическая потребность в проведении поведенческой и психографической сегментации онлайн-рынка B2C. Растет число компаний, которые предлагают проведение маркетинговых исследований с целью построения социально-демографического профиля аудитории сайта, портрета потребителя и т.д.

Кузнецова Е.С., Шабельник Е.Г.
Н. рук.: к.э.н., доцент Сушкова Т.В.
Набережночелнинский филиал КИУ
г. Набережные Челны, Россия

ИССЛЕДОВАНИЕ ОТНОШЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ВКУСНО И ТОЧКА»

Положительный имидж организации оказывает влияние на все сферы его деятельности: количество и обслуживание клиентов, достижение показателей сбыта и прибыли, привлечение инвестиций и отношения с партнерами и т.д.

С целью изучения имиджа организации был проведен опрос реальных и потенциальных клиентов. Инструмент – анкета в Google форме. Было опрошено 20 человек.

В ходе исследования было выявлено, что тремя наиболее известными ресторанами быстрого питания являются «Вкусно и точка» (80%), «Бургер Кинг» (80%) и «KFC» (70%).

При оценке внешнего вида сотрудников 40% респондентов выбрали оценку «+3», 35% - оценку «+2» и 15% – оценку «+1». 10% опрошиваемых выбрали отрицательную оценку внешнему виду персонала.

При оценке вежливости персонала, все респонденты выбрали положительную оценку. 40% выбрали оценку «+3», 50% – оценку «+2», 10% – оценку «+1».

Оценивая оперативность обслуживания, 80% респондентов выбрали дали положительную оценку. Из них 35% дали оценку «+3», 30% – оценку «+2», 15% – оценку «+1». 10% респондентов дали отрицательную оценку, 5% – оценку «-1», 5% - оценку «-2». 10% опрошиваемых дали нейтральную оценку «0».

Оценивая узнаваемость логотипа 50% респондентов выбрали оценка «+3», 15% – оценку «+2», 5% – оценку «+1». 25% респондентов дали отрицательную оценку узнаваемости логотипа. Из них 10% выбрали оценку «-2», 15% – оценку «-3».

На вопрос «Известно ли Вам участие «Вкусно и точка» в благотворительных акциях?» 60% респондентов ответили «Да», 25% ответили «Нет» и 15% ответили «Затрудняюсь ответить».

Общий вид ресторана респонденты оценивали по пяти критериям: чистота в зале, чистота столов, освещение, громкость музыки и комфортность интерьера, которым выставляли оценки от 1 до 5.

Оценки распределились следующим образом: чистоту зала, чистоту столов, освещение большая часть опрошенных (45%) оценили на удовлетворительно, громкость музыки, большинство опрошенных (55%) поставили оценку «3», комфортность интерьера, большинство опрошенных (35%) также оценили на удовлетворительно. На вопрос «По каким критериям оценки «Вкусно и точка» является лучшим?» чаще всего респонденты выбирали такие критерии как: разнообразие ассортимента (80%), удобство местоположения (70%), стоимость заказа (65%) и режим работы (55%).

Большая часть респондентов (50%) устраивает ассортимент «Вкусно и точка»?». 35% ответили «Нет» и 15% выбрали вариант «затрудняюсь ответить».

На вопрос «Какую продукцию Вы приобретаете чаще всего в ресторане «Вкусно и точка»?» наиболее часто респонденты выбирают ответы: комбо (60%), картофель, стартеры и салаты (45%) и бургеры и роллы (45%).

60% респондентов отмечают привлекательный внешний вид блюд.

Лазарева П.Д.

Н. рук.: ст. преподаватель Гришина Н.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

К ВОПРОСУ ОБ ИЗМЕНЕНИИ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О МАРКИРОВКЕ НЕКОТОРЫХ ТОВАРОВ

Маркировка – это нанесение уникального идентификационного кода на товар, и служит она для отслеживания полного пути товара по логистической цепочки от ввоза до конечного потребления. Маркировка тесно связана с

понятием акциз. Акциз – налог, поступающий в казну государства, которым облагаются некоторые маркировочные товары.

Комитет Государственной Думы недавно принял решение об установление акцизов на сладкие напитки, который составит 7 р. за 1л. На первый взгляд кажется, что идея хорошая, государство заботится о здоровье граждан. Люди будут меньше пить вредной сладкой воды, тем самым снизится уровень ожирения в стране. Один немаловажный факт: Минфин заявил, что все полученные средства пойдут на борьбу с сахарным диабетом. Еще одним плюсом является то, что каждый покупатель по маркировке сможет проверить качество напитка, которого он приобретает. Но всё ли так красочно? Перейдем к негативным последствиям принятия данного решения. Конечно же введение акцизов негативно повлияет на предприятия, у которых вырастут затраты на внедрение маркировки товаров, и прочие расходы. В связи с этим, цены на данный сегмент вырастут, следовательно, спрос на товар сократится, и предприятия будут меньше производить сладкие напитки. Спад производства = увольнение сотрудников, как в самих компаниях, производящих сладкие напитки, так и у их партнеров. (логистика, торговля, производство упаковки и ингредиентов, и др.). Также будет формироваться нелегальный рынок.

Если посмотреть на опыт зарубежных стран, то можно сделать вывод, что данное нововведение не очень эффективно. Так в США акциз на сладкие напитки, введенный еще в 1951 г. не снизил потребление газировки, а также уровень ожирения в стране. Еще одним примером может служить Вьетнам, в котором возрос гос. бюджет на 8,46 млн. д., но потери в экономике оказались не маленькими 52,6 млн. д.

Вывод из вышесказанного можно сделать следующий: принятие закона об акцизе на сладкие безалкогольные напитки имеет как плюсы, так и минусы. Но в большей степени, последствия данного решения будут негативными. Маловероятно, что у жителей страны улучшится здоровье, снизится ожирение (т.к. сахар содержится не только в напитках). В то время как, мелкие фирмы уйдут с рынка, следовательно, люди потеряют работу, и общий уровень

экономики в России снизится.

Лобанова Э.И.

Н. рук.: ст. преподаватель Файзханова А.Л.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ К ДИСТАНЦИОННОЙ ФОРМЕ ОБУЧЕНИЯ

В 2020 году весь мир столкнулся с экстремальными условиями. В условиях угрозы распространения коронавирусной инфекции большинство университетов и колледжей по рекомендации Министерства науки и высшего образования РФ приняли решение о переходе на дистанционное обучение. Так информатизация еще больше вошла в жизнь преподавателей и студентов. Наш университет не стал исключением и перестроился на обучение в информационной среде, перестроив учебный процесс исходя из имеющегося уровня развитости информационной инфраструктуры вуза, обеспеченности дисциплин электронными образовательными ресурсами и готовности преподавателей к использованию цифровых платформ и сервисов в образовательном процессе.

Цель маркетингового исследования - изучение отношения студентов к дистанционному обучению в НЧФ КИУ им. В.Г. Тимирязова.

Задачи:

- определить проблемы студентов в ходе онлайн-обучения;
- изучить причины возникновения проблем;
- оценить работу преподавателей во время онлайн-обучения;
- сделать выводы по полученным результатам.

Метод данного исследования стал опрос, инструментом сбора информации анкета в Google форме. В процессе исследования было опрошено 182 студента очной формы обучения: 5% опрошенных обучается на экономическом факультете, 35% – на факультете менеджмента и инженерного

бизнеса, 21% – на юридическом факультете, 39% – в колледже. Большинство, а именно 70% опрошенных студенты 2 курса, 23% – 3 курса и 7% – 4 курса обучения.

Лобанова Э.И., Смольнякова Ю.В., Хазова А.Д.

Н. рук.: к.э.н., доцент Сушкова Т.В.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

ИЗУЧЕНИЕ ОТНОШЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К СЕТИ МАГАЗИНОВ «МАГНИТ КОСМЕТИК» НА ЛОКАЛЬНОМ РЫНКЕ

Имидж делает не только лояльными потребителей к организации, но и оказывает влияние на экономические показатели. Это придает данной теме особую актуальность. С целью изучения имиджа был проведен опрос реальных и потенциальных покупателей. В процессе исследования было опрошено 20 человек.

В ходе исследования выяснилось, что наиболее известным магазином данной категории оказался Магнит Косметик, и Впрок (спонтанная известность).

Большая часть опрошенных оценили удобство выкладки на 3 из 5 баллов (40%), 20% – на 4, 30% – на 5 и 10% поставили оценку 2. Достаточно привлекательным респонденты считают интерьер магазина. 4 поставили 40%, оценку 5 поставили 30%, в одинаковом соотношении 20% поставили оценку 2 и 3.

Наличие скидок и акция 80% опрошенных оценили на 3 и 4, по 10% оценили на 5 и 2. 40% оценили уровень цен на 3, 30% на 5.

Большая часть опрошенных оценили чистоту и атмосферу зала на 4, 20% – на 3.

Из рисунка 8 следует, что 80% респондентов вежливость и внешний вид персонала оценили на 4; также в одинаковом соотношении 10% поставили оценку 2 и 5.

50% поставили скорости обслуживания оценку 4; 30% поставили оценку 5; также в одинаковом соотношении 10% поставили оценку 2 и 3.

На вопрос «Оцените ассортимент магазина Магнит Косметик» от 1 до 5 (где 1-наименьшее, 5-наибольшее), респонденты ответили следующим образом:

45% поставили оценку 4; 33% поставили оценку 5; 22% поставили оценку 3.

На вопрос «Какие товары Вы приобретаете чаще всего в магазине Магнит Косметик», респонденты ответили следующим образом: 32% выбрали косметику, 29% бытовую химию, 14% выбрали канцелярию, 13% товары для животных, а также в одинаковом соотношении 5% выбрали посуду и товары для детей, 2% затруднились с ответом.

Учитывая полученные результаты, можно порекомендовать следующие решения:

- снизить цены на ассортимент;
- разработать эффективную программу по стимулированию сбыта (скидки и акции);
- улучшить расположение товара для удобства посетителей магазина.

Маркелова В.Р.

Н. рук.: ст. преподаватель Гришина Н.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

МАРКЕТИНГ НА РЫНКЕ NFT

Крипто-арт – цифровое искусство, которое рассматривается как физическое из-за возможности подтвердить право собственности на произведение NFT. Произведения искусства покупаются и продаются в формате NFT. NFT расшифровывается как Non-Fungible Token «невзаимозаменяемый токен».

В 2019 году общий объем продаж объектов виртуального искусства с использованием NFT составил 456 885 долларов США. В 2020 году эта цифра

выросла до \$12,9 млн. В период с января по март 2021 года рынок NFT превысил 2 миллиарда долларов.

Бренды активно используют платформы NFT в качестве нового ответвления арт-маркетинга. Токены предлагается приобрести в благотворительных целях или же в качестве заработка. Вот несколько примечательных примеров. Компания Coso-cola в июле 2021 года в преддвериях праздника международного дня дружбы выпускает свою первую NFT коллекцию. В неё входили четыре виртуальных предмета, а также пуховая куртка и холодильник 50-х годов. Коллекция произвела фурор для криптоколлекционеров и была продана не менее чем за \$576 тысяч. Рынок NFT показывает рекордный рост, а их уникальные свойства с каждым днем привлекают все больше последователей. Так, Coachella, один из крупнейших мировых музыкальных фестивалей, выпустил 10 токенов, дающих пожизненный доступ к мероприятию. С выпуском NFT команда Coachella, расширила фестивальную аудиторию и привлекла больше внимания к бренду.

Вокруг NFT-продуктов можно создавать комьюнити неравнодушных пользователей, что и делают крупные бренды. Пока NFT активно обсуждается, это позволяет привлечь дополнительное внимание к бренду, подчеркнуть его актуальность и технологичность. Но в 2022 году просто запустить проекты с NFT для обеспечения охвата будет уже недостаточно, важны креативные стратегии и новая реклама в проект или продукт.

Марюхова Д. А.

Н. рук.: к.вет.н., доцент Коростелева В.П.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

УПАКОВКА КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА

Роль упаковки в системе товародвижения определяется функциями, которые она выполняет, это: предохранение товаров от внешнего воздействия окружающей среды и наоборот, защита товаров от повреждений, обеспечение

сохранности товара и её безопасности для потребителей. Упаковка по-прежнему выполняет данную роль, но в современном мире она занимает другую немаловажную роль в маркетинге и является не просто защитой и хранением продукта, но и средством маркетинговых коммуникаций. Она представляет собой рекламу товара, на которую покупатель обращает большое внимание перед тем, как осуществить покупку продукта. Также упаковка носит напоминающий характер рекламного обращения, так как напоминает о той или иной фирме, где был куплен товар.

Для того, чтобы упаковка выполняла свои функции в маркетинге, она должна соответствовать таким критериям, как: наличие достоверной и четкой информации о продукте, включая характеристику и инструкции по применению; привлечение внимания и наличие связи с брендом продукта; иметь способность удобного функционирования в использовании; одним из важных критериев является возможность переработки и утилизации данной упаковки продукта, поскольку в современном мире экология загрязняется тарам, упаковками и другими предметами, которые нельзя перерабатывать. Качество упаковки прямо влияет на восприятие покупателем самого продукта через упаковку. Так или иначе, упаковка, сделанная некачественно и дешево, снизит эффективность продаж тех или иных товаров, а также ценность престижных брендов.

В сфере маркетинга и продвижения товаров упаковка является важным помощником для производителя: создание сильных брендов, привлечение покупателей к товарам этих брендов и удержания покупателей для повышения продаж путём создания креативной, качественной и функциональной упаковки.

Мурашкин А.С.

Н. рук.: ст. преподаватель Гришина Н.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ В ЯПОНИИ

Япония является передовой страной, делающей ставку на

технологический прогресс. И при этом основополагающей частью в её рекламной сфере является красочность и философский смысл. По мнению японцев, хорошая реклама – это та реклама, которая будет понятна без слов. И в соответствии с этим японская реклама содержит различные символы, аллегии и наполнена множеством изображений.

Наиболее важным и ключевым моментом при выборе товара или услуги для японцев являются положительные эмоции, которые их заставляет испытывать та или иная реклама. Японцы сами по себе очень сдержанны и деликатны, и они зачастую стараются не выделяться из окружающего их общества, и в соответствии с этим в японской рекламе также имеет главенствующую роль принцип «красоты в простоте». Также реклама в Японии имеет определённую сложность в языковых особенностях текста, поскольку семантика должна учитывать ключи на трёх видах алфавита, который используется в Японии.

В Японии реклама сама по себе не имеет как такового правового регулирования, а регламентируется в сущности этическими нормами и традициями, но при этом подобное не означает её вседозволенности, так как та или иная реклама подчиняется определённым кодексам и этике.

Однако в Японии всё же существует запрещённая реклама, за недопущением которой следят как органы государственной власти, так и местного самоуправления. И к такой запрещённой рекламе относится недобросовестная реклама, которая вводит потребителей в заблуждение, а также запрет рекламы компаний, которые имеют дело с персональными данными.

Павлова П.В.

Н. рук.: к.э.н., доцент Габидуллина Л.Х.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

КРАТКИЙ ОБЗОР РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

г. НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ

Наряду с рынками товаров, капиталов, рабочей силы существует и взаимодействует с ними обширнейший рынок услуг. Сфера услуг последние годы является одной из самых перспективных и быстро развивающихся отраслей экономики.

Г. Набережные Челны представляет собой территорию опережающего социально-экономического развития, что привлекает инвесторов и способствует развитию предпринимательской деятельности и, как следствие, влечет за собой рост числа приезжих в город. Потому анализ рынка гостиничных услуг актуален для г. Набережные Челны.

Анализ многочисленных источников позволил заключить, что в городе работает 31 гостиница. Как известно, гостиницы различаются по количеству звезд, в Набережных Челнах преобладающее положение занимают гостиницы «без звезд» – 48%, далее идут гостиницы «2 звезды» – 19%, на третьем месте «3 звезды» – 13%, «1 звезда» – 10%, далее в убывающем порядке «4 звезды» и «5 звезд», соответственно.

Стоимость гостиничных услуг очень разнообразна и в некоторой степени зависит от «звездности» гостиниц. Таким образом, для гостиниц «5 звезд» минимальная стоимость номера составляет 4200 руб., максимальная – 9200 руб., в гостиницах «4 звезды» стоимость услуг варьируется от 3200-900 руб., «3 звезды» – 2750-8800 руб., «2 звезды» – 1000-5300 руб., «1 звезда» – 500-6000 руб., «без звезд» – 1200-8000 руб.

Но численности номеров в гостиницах можно отменить, что самая маленькая гостиница имеет 6 номеров, а самая большая 238 номеров.

Приходцева Е. В.

Н. рук.: к.и.н., доцент Рычкова Н.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ТОВАРНЫЙ ЗНАК В КОНТЕКСТНОЙ И ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЕ

Товарный знак представляет собой объект интеллектуальной собственности. Являясь методом идентификации и узнаваемости марки, бренда, он является визитной карточкой организации; используется в продвижения товаров, маркированных им. Он лежит в основе цепочки: товарный знак – товарная марка – бренд – имидж – репутация. Целью исследования является выявление специфики использования товарного знака в коммуникационном комплексе организации в рамках концепции Маркетинг 4.0. Она представляет собой интеграцию традиционного и цифрового маркетинга, целью которого является, в том числе, и такой эффективный способ продвижения товара как контекстная и таргетированная реклама.

Получение положительных результатов от рекламной компании связано с пониманием принципиальных отличий контекстной и таргетированной рекламы. Наличие товарного знака (с согласия правообладателя (ст.1229 ГК РФ)) в контекстной рекламе позволяет расширить целевую аудиторию. Недобросовестные рекламодатели, применяющие чужие средства индивидуализации в процессе оформления контекстной рекламы, пользуются отсутствием четких определений такой рекламы в законе и правовых норм для урегулирования конфликтов. Таргетированная реклама – целевая реклама, поскольку ее видит отобранная по определенным критериям аудитория. С помощью настроек таргетинга можно исключить незаинтересованных пользователей. Определение портрета потенциального клиента и их параметров – основная задача рекламодателя. Только зарегистрированный товарный знак наделяет рекламодателя эксклюзивными правами на конкретное изображение, слово, буквосочетание.

Ситненкова Д.Д.

Н. рук.: доцент Рычкова Н.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПРИМЕНЕНИЕ ВОРОНКИ ПРОДАЖ НА ОНЛАЙН-РЫНКЕ УСЛУГ

В XXI веке возрос интерес к инструменту превращения потенциальных покупателей в реальных, появившемуся в конце XIX века, «воронке продаж». Классическая воронка продаж состоит из трех уровней: таргетирование, вовлечение и конверсия. Организации стараются внести в него изменения, делая ее «под себя». Объектом нашего исследовательского интереса является онлайн-школа, которая работает на рынке подготовки школьников к сдаче ЕГЭ и ОГЭ. В интернет-школе создана воронка продаж, которая нацелена на то, чтобы помочь школе нативно довести «холодного клиента» до этапа оплаты услуг. Можно выделить семь уровней воронки, их анализ позволил сделать следующие выводы. Сегментация начинается после того, как лид подписался на рассылку материалов. Выявление потребности и формирование лид-магнита происходит на четвертом уровне, только после установления контакта. Следующие действия связаны с презентацией продукта и «озвучиванием» цены. Итоговый уровень – оплата и закрытие сделки. Классическая цель воронки продаж – увеличение конверсии. Однако конверсия не заканчивается на уровне превращения потенциального клиента в реального. Необходимо включить уровень формирования адвокатуры бренда, что будет способствовать устойчивому сильному конкурентному положению на рынке. Для создания эффективной воронки продаж школе рекомендуется сформировать последовательность следующих уровней: создание уникального торгового предложения; определение «холодных клиентов» методом сегментации; формирование интереса к продуктам/услугам организации: выявление потребительских возражений; конверсия воронки (закрытие сделки): анализ эффективности; определение путей повышения конверсии, формирование адвокатов бренда.

Стеколыщикова П.Г.

Н. рук.: к.э.н., доцент Сушкова Т.В.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

ИССЛЕДОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

С целью исследования эффективности сбытовой деятельности ООО «КамПартс» был проведен ABC-анализ.

В позицию «А» вошли такие наименования товаров, как: главная передача заднего моста КАМАЗ с блокировкой 53205-2402011-10 ПАО КАМАЗ, свеча зажигания 0 242 255 511/0242255511 Bosch, осушитель воздуха 432 410 140 0/4324101400 СН, тягово-сцепное устройство 400В36001 RO400В36001, модулятор EBS K057765N00, Бак топливный 450л. 65205-1101010-30 ПАО КАМАЗ, блок управления ABS 446 004 637 0/ 4460046370. В позицию «В» – диск сцепления ведомый 1878 000 206/1878000206 СН, корзина сцепления (аналог 3482 083 219/3482083219) Nauberк, фильтр воздушный CF 710. В позицию «С» – диск сцепления В3204-1600200, муфта включения синхронизатора 95570555 СН.

Кроме того, был проведен опрос основных клиентов исследуемого объекта. Предмет исследования – эффективность сбытовой деятельности.

При оценке характеристик, выяснилось, что наиболее важными являются скорость обслуживания (0.23), стоимость доставки (0.2), сохранность груза.

Одной из задач исследования было оценить планирование при доставке товаров. Большая часть респондентов (50 %) высоко оценили важность планирования (10 баллов), 30% – 9 баллов. 7 и 8 баллов отметили 20% опрошенных.

На принятие решения о покупке у 60% респондентов является цена, у 20% личная встреча, ещё у 10% производитель, остальные 10% выбрали качество.

Таким образом, по результатам исследования необходимо,

дифференцировать товары, которые попали в группу А, обеспечить постоянное наличие данных товаров организации, так как покупатели в первую очередь обращаются за ними. Товары, которые попали в группу С необходимо сократить или работать с ними под заказ. При планировании сбытовой политики необходимо уделять внимание таким характеристикам организации как скорость обслуживания, система стимулирования сбыта (предоставлять скидки, предлагать бонусы и т.п.).

Ушакова А.К.

Н. рук.: доцент Рычкова Н.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

АКТУАЛИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТА В СОВРЕМЕННЫХ РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

На фоне повсеместной диджитализации динамично развивающийся рынок обладает рядом характерных особенностей, которые следует учитывать при осуществлении маркетинговой деятельности организации. После эпидемиологической обстановки во всем мире возрастает популярность онлайн-продаж, что для многих организаций стало поводом для интеграции традиционного и электронного маркетинга. Качественный маркетинговый аудит для них будет в значительной степени влиять на успешную реализацию выбранной маркетинговой стратегии предприятия.

Цель исследования: выявление особенностей проведения маркетингового аудита организации на рынке онлайн-продаж. На рынке маркетинговых услуг можно выделить две группы компаний, которые занимаются аудитом маркетинга. Первая группа предлагает проведение аудита по классической схеме, с включением в исследовательскую программу следующих компонентов: макросреда; целевая микросреда; маркетинговые стратегии, системы; организация маркетинговой деятельности, ее эффективность. Вторая группа предлагает авторские методики проведения маркетингового аудита,

комплексный аудит интернет-маркетинга, который у некоторых компаний включает в себя до 300 параметров. Информационно-методическая база аудита формируется традиционно: исходя из целей компании, управленческой проблемы, ожидаемых результатов для повышения эффективности Digital-активности и других исследовательских компонентов. Маркетинговый аудит позволяет выявить слабые и сильные стороны организации, дает знание о путях улучшения деятельности на онлайн и офлайн площадках и тем самым повысить конкурентоспособность.

Федотова К.А.

Н. рук.: к.и.н., доцент Рычкова Н.В.

Казанский национальный исследовательский технологический университет

г. Казань, Россия

ПРОБЛЕМЫ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

Цифровизация общества, пандемия и ее последствия оказали влияние на развитие рынка телекоммуникаций. Потребности и спрос на телекоммуникационные технологии и услуги возрастает и в связи с активизацией маркетинговой деятельности компаний, ее реальных и потенциальных клиентов в интернет-пространстве. К основным сегментам рынка относятся мобильная и фиксированная связи, интернет и электронная коммерция и др. Был проведен анализ сегмента сотового ритейла и обозначены некоторые аспекты проблемного поля Татарстанского рынка. Информационной базой стали исследовательские обзоры рынка, мнения экспертов и результаты опроса целевой группы потребителей «студенты». По мнению экспертов на формирование проблемного поля татарстанского рынка, как и российского в целом, оказывают влияние санкционные ограничения, которые могут привести к увеличению стоимости тарифов и повлиять на соотношение спроса и предложения. Существенной проблемой является наличие «мертвых зон» и качество сотовой связи. Одна из причин связана с действиями потенциальных и

реальных пользователей против размещения «базовой станции» операторов в жилых кварталах. Проблема формирования клиентской базы связана с жесткой конкурентной средой этого сегмента. Количество потенциальных клиентов уменьшается, практически все жители Республики Татарстан уже являются абонентами одного или нескольких операторов мобильной связи. Усилия ритейлера направлены на предоставление дополнительных услуг. Проблемой татарстанских ритейлеров является выход на федеральный уровень в силу высоких входных барьеров, которые достигаются ценовой ситуацией.

Французов А.А.

Н. рук.: д.э.н., профессор Исламутдинов В. Ф.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ МАРКЕТИНГА С «ЭФФЕКТОМ ОРЕОЛА»

Современный рынок наполнен огромным количеством товаров, удовлетворяющих одни и те же потребности, большинство продуктов идентичны, а новые продукты легко копируются конкурентами. В таких условиях главной ценностью любой компании, главным фактором, «продающим» товар, являются взаимоотношения с потребителями, с которыми компании могут общаться по средствам рекламы. Изучая психологическое влияние рекламы на человека, можно выделить «эффект ореола» – когнитивное искажение. Когнитивные искажения – это предвзятые взгляды, которые мы принимаем на себя и окружающий мир. Это иррациональные мысли и убеждения, которые мы неосознанно укрепляем с течением времени. «Эффект ореола» возникает, когда компания или продукт добиваются маркетингового успеха благодаря своей ассоциации с успешной компанией, продуктом или другим узнаваемым элементом.

Данная тема очень актуальна, так как на сегодняшний день психология и экономика взаимосвязаны, компаниям, чтобы добиться успеха, стоит учитывать

психологию потребителя, в частности такой феномен, как- «эффект ореола».

Burke P. F, Dowling G. утверждают, что люди с большей вероятностью выбирают продукты компаний с лучшей репутацией. Корпоративная репутация играет более экспансивную роль, предполагая, что потребители будут менее чувствительны к цене предложений, одобренных компаниями с хорошей репутацией. Знание человеком компании и доверие увеличивает вероятность того, что ее продукты будут куплены.¹

Chen T. определил, что упоминание в рекламе товара о биообогащении влияют на вкусовые предпочтения потребителей и их намерения совершить покупку. Заявления о биообогащении сами по себе могут повлиять на выводы потребителей о вкусе пищи, поскольку информация о пищевой ценности не связана с фактическим вкусом пищи. Основываясь на эффекте ореола, авторы выявили, что пищевые продукты с заявлениями о биообогащении считаются более вкусными и полезными, в мыслях потребителя, чем обычные продукты. Из-за этого был сделан вывод, что биообогащение впоследствии улучшает покупательское намерение. Эти результаты расширяют понимание авторами психологического механизма, лежащего в основе эффекта ореола.²

«Эффект ореола» может являться важным элементом рекламы. Он может оказывать огромное положительное влияние на успех компании на потребительском рынке, позволяя использовать эмоции потребителей для продвижения товара.

Якупова Р.Р.

Н. рук.: ст. преподаватель Гришина Н. В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПРАВИЛА СОВЕРШЕНИЯ ПОКУПОК ВО ВРЕМЯ ЧЁРНОЙ ПЯТНИЦЫ

В последние годы огромную популярность приобрела чёрная пятница.

¹ Burke P. F., Dowling G., Wei E. The relative impact of corporate reputation on consumer choice: beyond a halo effect //Journal of Marketing Management. – 2018. – Т. 34. – №. 13-14. – С. 1227-1257.

² Chen T. et al. The halo effect of biofortification claims on taste inference and purchase intention //British Food Journal. – 2021.

Что же это такое? Чёрная пятница – распродажа, которая проходит в пятницу после Дня благодарения в США. Во время чёрной пятницы действуют максимальные скидки, которые порой доходят до 90%.

Интересен тот факт, что 64 % людей по данным опроса «Яндекс Маркета» не различают чёрную пятницу и распродажу 11.11, которая проходит в честь Дня холостяка. Именно в 2022 году впервые за 6 лет распродажа 11.11 выпадает на пятницу, что объясняет результат, полученный в ходе проведения опроса. Чёрная пятница же проводится в последнюю пятницу ноября, и поэтому приходится на период времени с 23 по 29 ноября.

Чёрная пятница, к сожалению, не всегда бывает честной. Так, до чёрной пятницы товар может сильно подорожать, из-за чего его цена может во время неё оказаться такой же или чуть дешевле той, которая была до поднятия. Огромные скидки могут быть установлены на те товары, которые в большинстве своём и не нужны потребителям или на и так недорогие, а также на залежалые товары. На дорогие и нужные же товары скидки могут оказаться совсем маленькими. Ассортимент товаров, на которые распространяются скидки, может быть ограничен. Скидки могут действовать короткий период времени, из-за чего люди чаще совершают необдуманные покупки, например, из-за нежелания стоять в огромной очереди в примерочную.

Анализируя вышесказанное, можно перечислить правила совершения покупок во время чёрной пятницы. За месяц до чёрной пятницы лучше посмотреть цены в интернете и в магазинах на товары, которые Вы намерены купить. Лучше идти в магазины или маркетплейсы в первые часы, тогда шансы купить товар по самой привлекательной цене будут выше. Прежде чем, что-то покупать нужно провести ревизию того, что есть, и избегать покупки товаров, которых у Вас и так сполна, составьте список товаров, которые Вы намерены купить. Также можно установить лимит на банковские карты, что позволит не совершать необдуманных покупок. В случае, если Вы всё-таки приобрели товар, который оказался Вам ненужным, на некоторые товары есть законное право на его возврат в течение 14 дней после покупки.

Таким образом, во время чёрной пятницы можно выгодно сэкономить, если придерживаться правил совершения покупок.

СЕКЦИЯ №12. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА, ПЕРЕВОД И ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЕ

Алмазова Д.А.

Н. рук.: канд. пед. наук, доцент, магистр лингвистики Яковлева С.Л.
Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)
г. Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ СРЕДСТВ СТИЛИСТИЧЕСКОЙ СЕМАСИОЛОГИИ В РОМАНЕ Д.СЕТТЕРФИЛД «ТРИНАДЦАТАЯ СКАЗКА»

Имя современной писательницы Дианы Сеттерфильд стало популярным во всем мире после выхода ее бестселлеров, в которых она описывает загадочные истории родной Англии и ее самобытных людей, обладающих уникальным характером. Используя средства стилистической семасиологии, автору удастся добиться своеобразной передачи мысли и художественно-эстетического воздействия на реципиента.

К средствам стилистической семасиологии В.В. Сдобников, А.В. Селяев и М.П. Ивашкин относят гиперболу, метонимию, метафору, умолчание, литоту, иронию, олицетворение, эпитет и перифраз [2 с. 6-13].

Текст произведения отличается точным описанием персонажей, эмоций и мрачности атмосферы. В тексте оригинала преобладают метафоры и эпитеты. В тексте перевода точно подобраны эквиваленты, например: «*It is my life*» – «центр мироздания» [1, с. 22]. Для передачи мрачности атмосферы произведения Д. Сеттерфильд использует эпитеты, в свою очередь автор перевода (В. Дорогокупля) подбирает лексически и стилистически подходящие эквиваленты на русском языке. Для передачи эмоционального напряжения автор перевода использует олицетворение и умолчание. Используя такие средства, как перифраз и гипербола автору удастся передать внешне-эмоциональную характеристику такого персонажа как Вида Винтер.

Артамонова В.С.

Н. рук.: преподаватель Гаязова А.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

АНГЛИЙСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В ГЕЙМДИЗАЙНЕ

В современном мире английский язык считается одним из самых распространённых языков. Неудивительно, что англицизмы встречаются в терминологии профессий, тесно связанных с компьютерными технологиями.

Первая и самая логичная причина появления англицизмов – это отсутствие в языке слова для обозначения нового процесса или понятия. Например: рендеринг (от англ. *rendering*) – процесс доведения работы до презентабельного вида; патч (от англ. *patch*) – исправление ошибок после выхода игры; нарратив (от англ. *narrative*) – повествование с помощью геймплея.

Также англицизмы появляются в русском языке, если имеющаяся замена недостаточно точно выражает смысл заимствованного слова. Например, «контент» (от англ. *content*) на русский переводится как «содержание», однако исходное слово отображает различного рода информацию, находящуюся в игре.

Стоит отметить категорию сокращения слов и словосочетаний: онбординг (от англ. *onboarding*) – процесс адаптации пользователя к игре; релиз (от англ. *release*) – момент выхода игры в продажу; концепт (от англ. *concept*) – первоначальные наброски общего вида игры.

Последним можно выделить молодёжный фактор. Подростки, услышав англицизм, которым можно заменить русский аналог, могут продолжать использовать его в своей речи постоянно, тем самым распространяя новую вариацию слова: триггер (от англ. *trigger*) – любой предмет, привлекающий внимание или вызывающий раздражение; скилл (от англ. *skill*) – навык; фиша (от англ. *feature*) – особенность игры, присущая только ей.

Подводя итоги, можно выявить, что англицизмы распространены в терминологии геймдизайна и позволяют быстрее и достовернее передавать

информацию при создании компьютерных игр.

Багманова А.Х.

Н. рук.: к.ф.н., доцент Вильданова Г.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПЕРЕВОД СЛОВ-ТРЕНДОВ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)

Неологизмы охватывают практически все области нашей жизни. Расширение лексического состава языка, включая английский, происходит как за счет межъязыковых средств, так и с помощью заимствований из других языков. Это еще раз подтверждает тот факт, что язык – живая система, отражающая все изменения, происходящие в нашей повседневной жизни.

Неологизмы – это слова или фразы, которые появились в языке относительно недавно. Появление неологизмов чаще всего обуславливается прагматическими целями общения в определенный период времени, в конкретной коммуникативной ситуации.

Большая часть трендовых слов ассоциируется с развитием науки, технологий, культуры, экономики. Источником их возникновения можно считать как межличностный дискурс, так и медийный дискурс.

Живой язык есть активное и динамичное существование. Он непрерывно расширяет свои внутренние и внешние ресурсы, отбрасывает старое, создает новые формы и содержания. При всем этом развиваются выразительные средства и методы выражения за счет их структурирования, упрощения или усложнения. Новое, незнакомое нам выражение обычно привлекает внимание, заставляет людей задуматься или понять, что оно может означать.

Сравнительно недавними можно считать такие неологизмы как лоукостер (англ. low cost — низкая цена) – перевозчик с более дешевыми билетами; краудсорсинг (от англ. crowd — «толпа» и sourcing — «использование ресурсов»); барбершоп – парикмахерская для мужчин; и др.

Баринаова С.Э.

Н. рук.: преподаватель Гуссамова Р.И.

Альмеьевский филиал Колледжа КИУ

г. Альметьевск, Россия

ПЕРЕВОД МЕТАФОРЫ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ

Перевод метафор с английского языка рассматривался на примере художественного произведения Стивена Кинга "Зеленая миля".

Метафора- это лексический стилистический приём, который основывается на сходстве формы, цвета, звуков. Метафора может превращаться в любую имеющую смысл часть речи.

В данном художественном произведении встречается очень много составных метафор. Они состоят, например, из существительного и прилагательного, существительного и существительного, прилагательного и прилагательного. Рассмотрим примеры: a bloodbath-драка, a nutcase-психопат, warm-hearted- добродушный, hard-bitter-крепкий и так далее. Они метафоричны только в составе друг друга, то есть значат не то, что по отдельности. Встречаются и метафоричные фразы. Рассмотрим примеры: tide of dismay-прилив страха (слово "tide - прилив" используется для сравнения с водой, нарастающее чувство страха, наплыв эмоций), pork in someone's pocket-карманные деньги (слово «pork» сравнивают с деньгами), moth in my killing bottle-бабочка в моей морилке (бабочка сравнивается с участью приговорённых к смертной казни). Итак, можно сделать вывод, что метафоры служат для придания тексту более эмоциональной окраски, они создают образы в художественных текстах. В данном произведении метафоры, используемые писателем, создают ту обстановку и атмосферу, которая помогает читателю проникнуться к главным героям, понять их эмоции и чувства.

Барханова Р.Н.

Н. рук.: к.пед.н., доцент Яковлева С.Л.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

**СТИЛИСТИЧЕСКОЕ СВОЕОБРАЗИЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА
(НА ПРИМЕРЕ РОМАНА «THE SHOEMAKER'S WIFE»)**

Адриана Трижиани – американский автор восемнадцати книг-бестселлеров, драматург, телевизионный сценарист и продюсер, кинорежиссер и предприниматель из Нью-Йорка, известная тем, что публикует по роману в год в течение более двух десятков лет.

Подробному лингвостилистическому анализу был подвергнут ее роман «The Shoemaker's Wife» («Жена башмачника») [1]. Как известно, стилеобразующим фактором художественного текста является намерение автора донести до читателя мысли, чувства, переживания и получить ответную реакцию. Текст отличают эмоциональность речи, образность, использование различных стилей и богатый лексикон писателя. Автор заставляет читателя сопереживать персонажам, окунуться в тот мир, который создал. Цель художественного текста состоит не в том, чтобы передать определенную информацию, а в том, чтобы оказать эмоционально-эстетическое воздействие на реципиента.

Применяя такие методы исследования как сравнительно-сопоставительный, анализ словарных дефиниций, семантический анализ, метод сплошной выборки, мы пришли к выводу, что данному роману присуще активное использование автором средств стилистической семасиологии, стилистической лексикологии и стилистического синтаксиса.

Брызгалова Е.В.

Н. рук.: преподаватель Гаязова А.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

АНГЛИЗИЦЫ В ТЕРМИНОЛОГИИ ВЕБ-ДИЗАЙНА

В современном мире любой язык программирования базируется на словах, которые заимствуются с английского языка. Веб-дизайнеру, специалисту, занимающемуся устройством информационного пространства, важно знать английские термины для того, чтобы выполнять работу эффективнее. Большое количество слов из направления веб-дизайна с английского на русский язык переводятся транслитерацией и транскрипцией:

а) респонсив дизайн (от англ. *responsive* – поддающийся) – один из способов организации сайта, где макет подстраивается под параметры пользователя;

б) адаптив дизайн (от англ. *adaptive* – приспособливающийся) – один из способов организации сайта, в котором создается отдельно несколько макетов под разные параметры;

с) хедер (от англ. *header* – заголовок, шапка) – верхняя часть сайта;

д) футер (от англ. *footer* – подвал) – самая нижняя часть сайта;

е) лендинг пейдж (от англ. *landing page* – посадочная страница) – всплывающая страница, призывающая пользователя что-то сделать, чаще всего в маркетинговых целях;

ф) гамбургер (от англ. *hamburger* – булочка с котлетой) – иконка в виде трех полосок, напоминающая гамбургер, которая раскрывает всплывающее меню;

г) хувер (от англ. *hover* – свободный полет) – изменение определенного элемента при наведении на него курсором;

Таким образом, для веб-дизайнера знание английского языка важно не только для понимания определенных слов, но и для выхода в глобальное дизайнерское интернет-пространство, для слежения за постоянно

меняющимися трендами, для коммуникации с другими дизайнерами и продвижения своего мастерства.

Вернигор О.Н.

Н. рук.: канд. пед. наук Шарко М.И.

Кузбасский институт ФСИИ России

г. Новокузнецк, Россия

ОБЩЕНИЕ КАК ПРОФЕССИОНАЛЬНО ЗНАЧИМАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СОТРУДНИКА УГОЛОВНО-ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ

Способность сотрудников УИС оказывать воспитательное воздействие на осужденных является одним из условий эффективности пенитенциарной системы. Кроме того, отмечается, что поводом для противоправных посягательств на сотрудников УИС со стороны спецконтингента может становиться нарушение правил профессионального поведения, в том числе и общения, со стороны самих сотрудников. А значит, вопрос коммуникативной компетентности сотрудника приобретает профессиональную значимость и в условиях гуманизации пенитенциарной системы является актуальным.

К числу основных особенностей коммуникации в сфере исполнения уголовных наказаний относятся следующие: осужденные как субъект общения обладают рядом специфических характеристик, обуславливающих коммуникативное поведение; общение сотрудников УИС, наделенных властными полномочиями, со спецконтингентом регламентируется нормативно-правовыми актами, отражающими требования этики.

В процессе профессиональной подготовки осваиваются знания о психолого-педагогическом аспекте общения. Общение как категория прагматической лингвистики, риторики специально не рассматривается. Способность влиять посредством речи складывается стихийно, приобретается с жизненным и профессиональным опытом. Следовательно, потенциал общения как профессионально значимой деятельности сотрудника УИС реализуется не в полной мере.

Волжанкина А.С.

Н. рук.: ст. преподаватель Мухаметшина А.И

Колледж КИУ

г. Казань, Россия

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК В СФЕРЕ ТУРИЗМА

В настоящее время туризм является одной из наиболее развивающихся сфер в мире бизнеса, и существует множество направлений. В том числе международный туризм, а знание языка является важным моментом для работы в этой области.

Сотрудникам туристических организаций, английский язык необходим для общения с потребителями данных услуг в разных точках мира. Более того, качество обслуживания будет зависеть от владения языком. Например, организовать поездку, встретиться с клиентом, оказать гостеприимство, решить логистические проблемы и конфликтные ситуации – все эти моменты входят в обязанности работников сферы туризма. Без знания английского языка это невозможно. Существует много способов и возможностей профессионально продвинуться в этой сфере. На самом деле, английский необходим не только турагентам, но и людям, которые работают в гостиничном бизнесе, а также гидам и организаторам культурных мероприятий.

Однако, многие люди предпочитают путешествовать самостоятельно, не пользуясь услугами туристических агентств. Это довольно интересно самим выбирать места пребывания и достопримечательности. Для таких путешествий достаточно знания разговорного английского языка. К примеру, заказать такси, забронировать номера в отеле и т.д. — все это можно сделать, если владеть базовым английским языком. Как сказано выше, английский был и остается языком международного общения. Игнорирование лидирующей роли английского языка может привести к потере ресурсов, а также ограничению деятельности в туризме, из-за отсутствия общения, обмена знаниями и информацией. В этом случае для организации и управления, английский язык является наиболее важным средством коммуникации.

Вуйович Л.Р.

Н. рук.: к. филол.н., доцент Кузьмина Е.К.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ИРОНИЯ, КАК СТИЛИСТИЧЕСКИЙ ПРИЁМ, В ПРОИЗВЕДЕНИИ

«ДНЕВНИК БРИДЖИТ ДЖОНС Х.ФИЛДИНГ»

Ирония представляет собой риторическую фигуру, имеющую противоположность. Различают следующие виды иронии, например, прямая и открытая ирония, самоиронию и другие формы. Известно, что термин ирония встречается именно с со времён Сократа.

Прямая ирония – отражает негативные характеристики персонажа, точнее его недостатки. Приведу пример из анализируемой книгой «Дневник Бриджит Джонс Хелен Филдинг. Yes. How does a woman manage to get to your age without being married? roared Brian Enderby (married to Mavis, used to be president of the Rotary in Kettering), waving his sherry in the air. Fortunately, my dad rescued me.

Автор желает передать с помощью иронии черты характера героев, поддеть персонажа колким вопросом, как в представленном отрывке, показывающий один из типов иронии.

Постирония «Can't I tempt you with a gherkin?' I said, to show I had had a genuine reason for coming over, which was quite definitely gherkin-based rather than phone-number-related».

В анализируемой книги «Дневник Бриджит Джонс» мы видим начало к каждой главе, точнее иронию. Целая книга пропитана её. Бриджит, которой уже пора иметь семью, остается одна. Ее переживания понятны нам, поскольку каждая женщина, похожая на нее имеет идентичные трудности. Раньше ирония появлялась в сатирических жанрах литературы, например при общении с софистами. Данный термин представляет собой объектом исследования во все времена. Например, романтики и сатирики применяли данный приём.

Подводя итог, мы можем сказать, что ирония – это сложный прием, который внедрился в нашу речь с древности.

Габдрахманова Д.Ш.

Н. рук.: к.ф.н., доцент Вильданова Г.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПЕРЕВОД ИМЕН ГОВОРЯЩИХ В СОВРЕМЕННЫХ АНИМАЦИОННЫХ ФИЛЬМАХ

Отдельные языковые элементы заслуживают пристального внимания исследователей по причине их тесной связи с культурой, и к таким элементами могут быть отнесены имена собственные. Несмотря на наличие множества исследований, посвящённых проблеме перевода имён собственных в художественной литературе, можно говорить о её недостаточной изученности в анимационных фильмах. В частности, до сих пор не была надлежащим образом проанализирована специфика перевода имён собственных в анимационных фильмах.

В данной статье мы рассмотрим, как осуществляется перевод имен собственных на примере анимационного фильма «Зверополис». Одним из ярких примеров является персонаж по имени Дюк Хорьковиц, чье имя в оригинале выглядит как Duke Weaselton. В буквальном смысле слово «weasel» имеет значение биологического вида животного - ласка или хорек. В переносном смысле слово «weasel» значит «проньера, подлец». По сюжету мультфильма данный персонаж является жуликом, продающим пиратские диски. В данном контексте переводчик отдает предпочтение варианту «хорек», так как и в русском языке слово несет в себе отрицательную коннотацию. Персонаж получается малоприятным, как по имени, так и по своей сути.

Очевидно, что говорящие имена собственные являются важной стороной при переводе анимационных фильмов и нуждаются в подробном изучении.

Гатауллина З.Ш.

Н. рук.: к. филол.н., доцент Кузьмина Е.К.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

**ПРОБЛЕМА ПЕРЕДАЧИ СТИЛИСТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ
ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА
РУССКИЙ НА ПРИМЕРЕ РОМАНА ДЖОНА ГРИНА «БУМАЖНЫЕ
ГОРОДА»**

Популярный американский писатель Джон Грин широко известен среди читающей публики во всем мире. Большая часть аудитории творчества автора, который пишет в стиле "young adult fiction", являются подростки и молодежь. В данной работе на материале романа "Бумажные города" исследуется художественный метод Джона Грина, с преобладающим употреблением лексических, стилистических приемов метафоры и художественного сравнения, которые выступают как средство для создания образа, понятного для читателя и отличающегося повышенной эмотивно-оценочным способностью.

Если посмотреть на название романа, оно является само по себе метафорой, которая проходит через всю книгу: "It's a paper town... look at all those cul-de-sacs, those streets that turn in on themselves, all the houses that were apart. All those paper people living in their paper houses, burning the future to stay warm.", - этот отрывок раскрывает смысловую суть, образ бумажных городов как некий знак обманчивого представления, принужденности.

Произведения художественной литературы, как известно, включают в себя огромное количество средств выразительности и образности, для передачи которых переводчику понадобится сообразительность, находчивость, воображение и высокий профессионализм. Большое внимание в работе уделяется рассмотрению литературно-стилистических приемов и выразительных средств, свойственных манере автора. Для автора романа характерно употребление тропов и выразительных средств, относящихся к разным стилистическим направлениям.

Голощапова А.И.

Н. рук.: к.п.н., доцент Хамитова Л. М.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ПРИЁМЫ В ПРОИЗВЕДЕНИЕ ЭНТОНИ БЁРДЖЕССА «ЗАВОДНОЙ АПЕЛЬСИН»

Роман “Заводной апельсин”, написанный Энтоним Б. в 1962 году, является самой знаменитой работой данного автора.

Актуальность нашего исследования обуславливается тем, что несмотря на прорыв в сфере лингвистики, проблема непереводимости художественных текстов, как и прежде остаётся острой.

Роман “Заводной апельсин” писался в тяжёлые времена для Энтони Б. Также на него повлияли события, произошедшие с его женой во время войны, когда она подверглась жестокому обращению со стороны американской армии.

Таким образом, история создания “Заводного апельсина” тесно переплетена с судьбой автора. Поэтому он постарался перенести всю свою боль и переживания через свой роман.

Характерной стилистической особенностью романа является специальный выдуманный автором язык «надсат». Поскольку Энтони Б. также был лингвистом, который знал немалый ряд языков, ему было под силу создать уникальный жаргон.

Таким образом, «надсат» выступал больше как стилистический приём, нежели сюжетный. Благодаря этому языку читатели могли проследить определенные характеристики и особенности героев.

Подводя итоги, можно сказать, что роман “Заводной апельсин” является ярким примером антиутопии в период постмодернизма. Энтони Б. смог создать свой собственный язык, который является визитной карточкой этого произведения.

Зарипова А.Р.

Н. рук.: преподаватель Саидова Р.К.

Альметьевский филиал Колледжа КИУ

г. Альметьевск, Россия

ПРЕДНАМЕРЕННОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОШИБОК В РЕКЛАМЕ

Каждый из нас постоянно сталкивается с рекламой, так как она размещена повсюду в интернете, журналах, Тв-шоу, баннерах, радио и т.д. Именно от качества рекламы зависит количество новых покупателей. Поэтому маркетологи стараются оформить её как можно ярче, смешнее и интереснее, чтобы у нас появилось желание купить этот товар.

Рекламный язык - это способ передачи рекламной информации, используя различные языковые средства. В рекламных текстах и слоганах допускают много языковых ошибок, они связаны с нарушением орфографических, лексических, грамматических, синтаксических и пунктуационных норм русского языка. Что в свою очередь подрывают авторитет организации, товар которой рекламируется.

В ряде случаев маркетологи целенаправленно совершают ошибки в текстах рекламы, с целью привлечь внимание. При прочтении такого вида текста, образованный человек сразу обращает внимание на ошибки, тем самым внимание задерживается не на секунды, а на минуты. Таким образом, цель маркетологов достигнута, потенциальный покупатель прочел текст полностью, да еще переосмыслил его.

На данный момент рекламный язык далёк от совершенства, потому что требования по соблюдению языковых норм не закреплены на законодательном уровне, следственно такие ошибки будут приводить к дальнейшему снижению уровня речевой культуры населения страны.

Ибатуллина А.Р.

Н. рук.: к.филол.н., доцент Вильданова Г.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ПРОИЗВЕДЕНИЙ С. КИНГА

Стивен Кинг является ярким представителем литературы жанра хоррор. Его творчество довольно тесно переплетается с жанрами фэнтези и ужасов, характеризуется наличием необъяснимых сюжетных перипетий, содержащих события из реальной жизни.

Актуальность написания этой статьи обусловлена высоким интересом современного читателя к произведениям жанра хоррор и фэнтези. С точки зрения лингвистики актуальность обусловлена интересом к изучению переводческих трансформаций, применяемых при переводе художественных текстов с целью достичь максимальной адекватности переводимого текста.

Цель данной работы - выявить лексические и грамматические преобразования в переводе романа Стивена Кинга "Позже".

Предметом настоящего исследования являются элементы некоторых лексических и грамматических преобразований, характерных при переводе художественных текстов.

Объектом работы являются трансформации, осуществленные в переводе романа Стивена Кинга "Позже".

Задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты в исследовании жанра ужасов Стивена Кинга;

- провести практический анализ передачи своеобразного стиля Стивена Кинга в переводе романа "Позже".

Новизна представленной работы обусловлена рассмотрением специфики передачи стиля и переводческих трансформаций в художественном произведении, выявлением лексических, грамматических, стилистических и трансформаций при переводе романа "Позже".

Теоретическая ценность работы заключена в том, что ее результаты могут быть в дальнейшем использованы в школах и высших учебных заведениях для оптимизации изучения указанной темы, а также для повышения качества знаний учащихся.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных результатов на практических занятиях по английскому языку, по теории и практике перевода, лексикологии и теоретической грамматике.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных результатов на практических занятиях по английскому языку, по теории и практике перевода, лексикологии и теоретической грамматике.

Калиниченко А.В.

Н. рук.: к.пед.н., доцент Яковлева С.Л.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ДИСКУРС Р. БАРТА И ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ В ПОСТСТРУКТУРАЛИЗМЕ

Ролан Барт – французский философ, литературовед, эстетик, семиотик, один из крупнейших представителей структурализма и постструктурализма. Он сформулировал свое понимание интертекстуальности через призму постструктурализма. Р. Барт выделил пять кодов для анализа текста: семический, символический, проайретический, герменевтический и референциальный, которые он описал в своем труде «S/Z». Р. Барт считал, что готовая работа представляет собой материал, пронизанный множеством переплетений различных текстов. Он писал: «...до текста и вокруг него существует язык» [1, с. 51], именно поэтому сочетание в работе большого количества отсылок, культурных кодов, ритмических структур, и их взаимодействие друг с другом, обогащает текст и создает его

интертекстуальную основу.

Мы не можем рассматривать интертекстуальность, сводя ее только к проблеме понимания источников и влияния, так как она представляет собой огромный пласт информационного взаимодействия, как правило, без ссылок и цитат.

Сложности возникают также на уровне понимания интенций автора, поскольку они могут быть совершенно разными и не всегда читателю удастся правильно распознать их. Например, это может быть простое желание сделать текст уникальным или же попытка побудить читателя к более глубокому анализу, а также желание познакомить его с новой культурой или явлением.

Кандаева Е. М.

Н. рук.: к.фило.н., доцент Кузьмина Е. К.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СИНТАКСИЧЕСКИХ И ЛЕКСИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В «ТЕНЬ И КОСТЬ» Л. БАРДУГО

Фантастическая литература объединяет в себе не только эпические экшн-бои с невероятными пейзажами, но также детально проработанных персонажей с прекрасно описанным миром, который населяют огромное множество необычных существ и рас. В данной работе мы уделим внимание различным средствам выразительности, которые помогут читателю погрузиться в волшебные миры. Изучение стилистических и лексических средств жанра фэнтези является актуальным, так как позволяет оценить мастерство и умение автора их использования.

Рассматривая работу Ли Бардуго (*Leigh Bardugo*) «Тень и Кость» («*Shadow and Bone*»), мы обнаружили большое количество лексических средств, самыми яркими оказались архаизмы и историзмы русских реалий. Например: «*kefta*» – «кефта», «*banya*» – «баня», «*oprichnik*» – «опричник», «*blini*» – «блины», «*kvass*» – «квас». Функция этих приемов заключается в создании

характерного колорита отдельного времени, так читатель понимает, что действие романа проходит в альтернативной Российской империи.

Синтаксические построения используются для усиления выразительности высказывания. Так, автор применяет анафору: «*I'm sorry I left you so long in the dark. I'm sorry, but I'm ready now*». В этом случае, автор создает эффект постепенного нагнетания смысла, а также участвует в установлении логической связи содержательных фрагментов текста.

Таким образом, синтаксические и лексические средства и их функции играют огромную роль в создании особенной атмосферы мира, который описан в романе фэнтези.

Каримова Л.Р.

Н. рук.: к.пед.н., доцент Яковлева С.Л.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

АВТОРСКИЕ СРАВНЕНИЯ В ТВОРЧЕСТВЕ НИЛА ГЕЙМАНА

На предмет использования сравнений как способа обогащения литературной стилистики было проведено исследование произведений такого автора как Нил Гейман. Автор является красочным адептом прогрессивной литературы постмодерна. Необычайность историй в данном жанре наравне с реально происходящими событиями занимают действительно важное место. В связи с этим автор отдает предпочтение богатой палитре средств выразительности речи, в том числе сравнению.

Сравнение является одним из самых популярных и часто используемым тропом в литературе. При описании предмета или человека, благодаря уподоблению одного явления другому, данный приём помогает читателю не только иметь более четкое представление об образе, но и выявить отношение автора к персонажу. По структуре и семантике этот троп делят на несколько типов: простые и развернутые сравнения, предметно-логические и образные и сравнения-метафоры. Каждый тип выполняет свою основную

функцию – создание образа.

Важно отметить, что образная структура романов автора достаточно насыщена. К примеру, глаза в книгах Нила Геймана – не что иное, как зеркало души, поэтому им он уделяет особое внимание. С помощью составных компонентов и вариантов автор выражает их оттенки, используя яркие сравнения: *chestnut, nut-brown, warmbrown* по ассоциации с орехом, теплотой или каштаном.

Для передачи атмосферы происходящего, автор использует прием сравнения не только при изложении центральных персонажей, но и при характеристике и описании деталей окружающей действительности.

Анализ повести «Коралина» поспособствовал нахождению базовых лексических средств выразительности, используемых автором в произведении, их функционированию и взаимодействию в тексте, а также определению их роли в процессе создания целостности образов героев и построении сюжета в целом. Нил Гейман применял сравнение как инструмент раскрытия характера персонажей, а также как метод выразительного описания атмосферы произведения.

Киршина А.С.

Н. рук.: препод. Саидова Р.К.

Альметьевский филиал Колледжа КИУ

г. Альметьевск, Россия

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ И СОХРАНЕНИЕ РУССКОГО ЯЗЫКА

На сегодняшний день русский язык является одним из наиболее распространённых по количеству говорящих и по количеству стран языков мира. Русский язык – это язык международного общения в Центральной Евразии, в Восточной Европе и странах бывшего Советского Союза. Русский язык является частью моей жизни. Только на великом русском языке можно передать всю палитру чувств, мыслей и умозаключений. Благодаря этому богатому языку, нам дано описать что-либо так, как не сможет ни один

иностранец. Удивляюсь, как можно передать через одно слово и радость и досаду, и ненависть и нежность, и безграничную любовь.

К сожалению, на данный момент русский язык испытывает на себе сильнейшее влияние со стороны общества, других языков и безответственности носителей языка. Сейчас мы наблюдаем проблемы с сохранением самобытности языка: тотальная безграмотность, засорение русского языка иностранными словами и жаргонизмами, сквернословие, низкий уровень культуры речи, бездумное использование слов и выражений. Хотя некоторые из этих пунктов иногда придают русскому языку некую "перчинку", колорит и насыщенность.

Русский язык, как живой организм, будет постоянно развиваться, впитывать в себя что-то новое, ненужное отсеивать, и останется самое важное, необходимое и по-настоящему значимое. Есть надежда, что среди подрастающего поколения наступит осознание, что русский язык нужно сохранять и оберегать, чтобы передать потомкам всю самобытность и величие русского языка.

Киямова Э. Ф.

Н. рук.: ст. преподаватель Гиниатуллина А. И.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ИМЁН СОБСТВЕННЫХ С КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ (НА ПРИМЕРЕ КИТАЙСКОЙ МИФОЛОГИИ)

В современном мире китайские игры, книги и сериалы стремительно набирают популярность. Являясь частью культуры, они во многом основаны на древнекитайской мифологии, используют героев и персонажей, а также традиции, основанные на древних поверьях. Всё это вызывает ряд трудностей при переводе имён собственных на русский язык. Большое количество разных приёмов, различные системы транскрибирования китайского языка, а также большие культурные различия сильно усложняют перевод имён, в особенности,

если имена относятся к древней истории Китая.

Существуют различные системы перевода китайских имен на английский язык, и важно, чтобы китайский переводчик использовал наиболее подходящий метод. Во-первых, китайские личные имена вообще не «переводятся» на русский язык. Вместо этого приблизительные звуки китайского имени выражаются с помощью латинских букв. Это называется романизацией китайского языка. Наиболее распространенными способами романизации китайских имен являются система пиньинь, система Уэйда-Джайлса и др. Мы используем транскрипционную систему Палладия. При создании атласа «Основные персонажи китайской мифологии» и переводе основных персонажей использовалась данная система с целью как можно точно передать правильное произношение китайских слов. Например, 天龙 – Тянь Лун, 龙王 – Лун Ван, 地龙 – Ди-Лун, 神龙 – Шэнь Лун, 伏藏龙 – Фуца Лун. Следует сделать вывод, что китайские имена должны быть романизированы с использованием соответствующей системы.

Клочков Р.А.

Н. рук.: к. фил. н., доцент Фахрутдинова М.Т.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ НЕОЛОГИЗМОВ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ НОВЕЙШЕГО ПЕРИОДА

Среди современных неологизмов в СМИ значительную долю составляют слова, относящиеся к сфере Интернета: *цифровая площадка, платформа* – социальные сети (Instagram, YouTube, Tik-Tok); *вирусный пост* – материал в Интернете, который стал широко известным; *вброс* – заполнение информационного пространства коротким сообщением. Второй группой семантических неологизмов, употребляющихся в СМИ, можно назвать слова, обозначающие эмоциональное состояние и отношение человека к определенной

ситуации, вещи, другим людям: *ламповый* – приятный, душевный (например, ламповая встреча, атмосфера); *токсичный* – в переносном значении по отношению к человеку, негативный, вываливающий свои отрицательные эмоции. К третьей группе семантических неологизмов, выполняющие номинативную функцию и относящиеся к посещению сайтов и поиску в Интернете: *лазить по сайтам* – переключаться с одного сайта на другой; *закреть страницу* – закрыть сайт. Проанализировав интернет-материалы указанных сайтов и выбрав из них 27 неологизмов, можно сделать вывод, что использование неологизмов в СМИ зависит от направленности издания, целевой аудитории и формы распространения. Так в авторских блогах больше употребляются стилистические неологизмы сленгового характера (9 из 27 слов), что составляет 33% от общего количества рассмотренных неологизмов. В новостях же, в основном, используются семантические неологизмы для максимально большого охвата читателей (11 из 27 слов), в состав которых также входят новые слова сленгового характера. Из 40,7 % большая часть семантических неологизмов, а именно 6 слов, относятся к нейтральной лексике и называют общественные понятия.

Комарова В.В.

Н. рук.: к.пед.н., доцент Баранова А.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

МАРКЕТИНГОВЫЙ СЛЕНГ

Любая профессия предполагает наличие и использование характерных терминов и «жаргонных» выражений. Именно они позволяют представителям профессии точно донести смысл ситуации и быстро понять друг-друга, избегая недопонимания. При этом сленг маркетологов практически полностью состоит из англоязычных заимствований.

Рассмотрим самые популярные, наиболее используемые термины и выражения из сферы маркетинга в общем, интернет-маркетинга, рекламы, SMM

и др.: - нативка/нативная реклама (native advertising) – подход к рекламе, при котором не используют прямые призывы к покупке, а мягко и ненавязчиво рассказывают человеку о преимуществах продукта; - трафик (traffic) – количество посетителей сайта за определенное время; - УТП/уникальное торговое предложение – отличительная характеристика продукта, которая помогает ему выделяться среди конкурентов; - ЦА/целевая аудитория – потенциальные покупатели.

Это лишь некоторые основные термины и понятия, на самом же деле словарь профессионального сленга в маркетинговой сфере исчисляется сотнями. В последние годы заимствованные слова прочно укрепились в отечественном маркетинговом сленге уже в качестве отглагольных существительных: краудфандинг (crowdfunding) – привлечение инвестирования для бизнеса с помощью общей идеи; кросспостинг (crossposting) – размещение одинакового контента на разных площадках; ресерч (marketing research) – исследование или поиск нужной информации.

Несмотря на то, что многие выступают против “разбавления” русского языка заимствованными терминами, многие вышеуказанные выражения уже прочно закрепились в словарях отечественных маркетологов. Удобство заимствованных выражений заключается в их коротком и быстром произношении, тогда как формулировка ситуации в русском языке едва ли уместится в одно предложение.

Кондратьева Д. Р.

Н. рук.: преподаватель Закирова Г.З.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АНГЛИЦИЗМОВ И РУНГЛИША В НАЗВАНИЯХ ОБЪЕКТОВ ГОРОДСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ КИРОВСКОГО И МОСКОВСКОГО РАЙОНОВ ГОРОДА КАЗАНИ

Одной из актуальных проблем современного общества является

взаимодействие разных языков, их взаимовлияние друг на друга. В последнее время процесс замены русских слов англицизмами приобрел массовый характер. Интересные примеры использования рунглиша можно встретить на вывесках кафе, магазинов и других объектах городской инфраструктуры. На улицах Кировского и Московского района города Казани нам удалось найти много таких вывесок. Например, у парка Кырлай было заведение быстрого питания по типу шаурмы «*Pizza City*» (в переводе «Пицца «город»). Слово «*Pizza*» заимствовано из итальянского и является итальянским национальным блюдом, не имеет русского синонима. Поскольку изначально фирма специализировалась на шаурме, а пицца лишь отдаленно напоминает итальянскую, то выбранное название не соответствует содержанию. К тому же на вывеске красуется знак «Национальная торговая марка», что само по себе уже абсурдно. В нашей республике национальными блюдами могут быть треугольник (эчпочмак), чак-чак, белеш и т.д. Вот несколько рунглийских названий, которые можно встретить, на улицах Кировского района: «Hostel Кировский» (Hostel-гостиница, общежитие), магазин продуктов «Мастер Фуд» (Фуд от английского слова food-еда), кафе Золотая Ягода – Golden Berry (Golden – золотой, а Berry-ягода), кафе Царёво Lounge - (lounge –комната отдыха). В результате анализа англоязычных названий брендов мы определили, что используется английское написание слов; английское звучание слов, написанное на русском языке (рунглиш); написание русских слов английскими буквами (транслитерация и рунглиш).

Коткина А. С.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ НАУЧНО- ПОПУЛЯРНЫХ СТАТЕЙ

В настоящей статье рассматриваются синтаксические особенности англоязычного научного текста. Автор анализирует лингвостилистические особенности научного дискурса на примере журнала «National Geographic».

В предпринятом исследовании подвергаются рассмотрению союзы, союзные слова и вводные конструкции. Анализ научно-популярных статей журнала „National Geographic” позволяет отметить частое использование как сочинительных союзов (*also, or, but, and, as, however*), так и подчинительных (*because, since, after, if, as, before*): *But a rush of fossil discoveries has brought to light surprising new pterosaur shapes, sizes, and behaviours.* – Но большое количество находок окаменелостей выявило удивительные новые формы, размеры и поведение птерозавров.

Также встречаются вводные конструкции: *It's also because, in addition, against, in any case: It's also because pterosaur anatomy is frankly weird and seemingly ill suited to life on land or in the sky.* – Это произошло потому, что анатомия птерозавра откровенно странная и, по-видимому, плохо подходит для жизни на суше или в небе.

Для научного текста характерно использование таких союзных слов как *who, whose, what, where, when, how, that*: *“It's not uncommon for the head and neck to be three or four times the length of the torso”, says Michael Habib, who studies pterosaur anatomy and movement* – “Нередко голова и шея в три или четыре раза превышают длину туловища”, – говорит Майкл Хабиб, изучающий анатомию и движения птерозавров.

Результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что для передачи точности и логичности научного характера текста используются вариативные выразительные средства. Для англоязычных научно-популярных текстов характерна композиционная связанность изложения. Взаимосвязанность отдельных частей научного высказывания достигается при помощи определенных связующих слов, наречий, наречных выражений и других частей речи, а также сочетаний слов.

Кудряшова Д.Н.

Н. рук.: к.п.н., доцент, Баранова А.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ СОКРАЩЕНИЙ В ПЕРЕВОДЕ

В данном тезисе мы разберем основные аббревиатуры и сокращения, используемые в официальной речи и при неформальном общении.

Рассмотрим для начала сокращенные лексические единицы в социальных сетях, блогах.

1. *Одна буква (цифра) заменяет целое слово или часть слова.* Эти сокращения были взяты из социальной сети «HelloTalk»: U2 – you too (ты тоже); H8 – hate; F2F – face to face (с глазу на глаз); 2G2BT – too good to be true.

2. *Графические аббревиатуры.* Приведём примеры из новостного блога TechCrunch.com: Ave. (avenue) – проспект; Rd. (road) – дорога; Sq. (square) – площадь.

3. *Лексические аббревиатуры.* Следующий тип сокращений – лексические аббревиатуры. Рассмотрим некоторые примеры также из новостного блога TechCrunch.com: TTY (talk to you later) – поговорим позже, созвонимся; ATM (at the moment) – в данную минуту, сейчас; FYI (for your information) – информация для вас, к вашему сведению.

Таким образом, приходим к выводу, что изученные сайты содержат все типы сокращений: буквенно-цифровые, графические, лексические.

Теперь рассмотрим сокращенные лексические единицы в официальных источниках на примере новостного сайта ABC News. Уже на первых страницах используется сокращения *ET* (Eastern Time). На странице сайта найдены часто употребляемые лексические сокращения: FAQ, US, PM, графические аббревиатуры Mar, Jun, am, pm, CA, St.

Таким образом, в массово-информационном интернет дискурсе наибольшее количество аббревиатур – графические, чуть меньше встречаются

лексические сокращения с буквенным чтением и реже всего акронимов.

Ландау А.И.

Н. рук.: к.филол.н., доцент Кузьмина Е.К.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

**ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТИЛИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В
ПРОИЗВЕДЕНИИ ДЕТЕКТИВНОГО ЖАНРА В ПРОИЗВЕДЕНИИ
ДОННЫ ТАРТТ «ТАЙНАЯ ИСТОРИЯ»**

Детективный жанр является одним из наиболее привлекательных литературных жанров. Родоначальником детектива принято считать Эдгара Алана По (1809 - 1849). В основе детективного произведения лежит конфликт добра и зла. Цель рассказа с детективного жанра – обязательное разгадывание тайны. Вся история завязана на этом процессе, который неизбежно подчиняется логике. Расследование в криминальном романе является важнейшим аспектом, поэтому психологизм образов здесь не так важен, как в других жанрах.

В результате исследования романа американской писательницы Донны Тартт «Тайная история» было выявлено ряд лингвистических и других особенностей. К ним относят четкую структурную и композиционную организацию, где присутствуют: усложнение - описание преступления; развитие - процесс раскрытия секретов преступления; кульминация - выявление преступника. В лингвистическом аспекте важнейшими составляющими являются: соединительные элементы; мотивация; внешность персонажей; атрибуты и аксессуары. Особенность романа - реализация образа детективной пары, выражение интриги и иронии в детективном сюжете, а также особенности двухэтажного построения работы. Для передачи особенностей произведения детективного жанра, в своем романе Донна Тартт использует различные стилистические приемы, среди которых чаще всего встречаются метафоры, эпитеты, сравнения; реже – перифраз, персонификация и повтор. При этом эпитеты представляют негативный образ описываемых явлений и людей.

Маринина А.С.

Н. рук.: к.пед.н., доцент Баранова А.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ЛЕКСИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ИГРОВОГО СЛЕНГА

Современная жизнь неразрывно связана с технологиями. Наш мир характеризуется информационной насыщенностью. Цифровые технологии и гаджеты сопровождают нас абсолютно везде. Компьютеры и смартфоны являются обычным явлением в нашей жизни, обеспечивая нам учебу, работу и даже досуг. Так, компьютерные игры для многих людей возможностью расслабиться, а иногда даже способом заработать.

С каждым годом киберспорт набирает все большую популярность, что объединяет людей из разных уголков мира. И в этой области, как и в других, английский остается языком международного общения. Большинство игр разработано на английском языке, поэтому заимствованная лексика основана на английской терминологии.

Актуальность исследования определяется растущей популярностью компьютерных игр и расширением словаря игрового сленга. Часто эти слова переходят в повседневный лексикон современной молодежи, которая совершенно не имеет отношения к миру компьютерных игр. Однако стоит отметить наличие некоторых возрастных ограничений. Игровой сленг в большей степени присущ детям, подросткам и молодежи, поскольку мир технологий - мир, в котором они существуют практически с рождения.

Объектом исследования являются лексические единицы, которые приобретают свою актуальность в речи молодежи. Предметом исследования является происхождение этих слов и их значение в русском языке. Мы проанализировали 83 лексические единицы, которые разделили на две основные группы: полные слова и аббревиатуры. Мы также выделили подгруппы, характеризующие назначение слов: описание действия и описание

состояния. Мы проанализировали происхождение и интерпретацию этих слов, а также способ их передачи, выделив две группы: транслитерированные и транскрибированные слова.

Это исследование может повысить актуальность и интерес людей к заимствованиям, как к пласту их словарного запаса и к точности их использования в своей речи.

Медведева А.В.

Н. рук.: к.п.н., доцент, Баранова А.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В ВЫСТУПЛЕНИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ДЕЯТЕЛЯ - ЛИЗ ТРАСС

В данном тезисе мы рассмотрели выступление Лиз Трасс, в котором она использовала такие лексические приемы, как эпитет, олицетворение, метафору, сравнение, метонимию, гиперболу.

Остановимся более подробно на каждом из них.

1. Эпитет “*We are determined to shield people from **astronomically high bills.***”

В данном примере рассмотрен пример эпитета, где к названию предмета прибавляется определение для выразительности.

2. Олицетворение

Представленный пример, в котором используется олицетворения, показывает, что к неодушевленным предметам приписывают свойства живого.

“***Growth helps** people fulfill, their hopes and their dreams.*”

3. Сравнение

“*My friends, this is what a city with a Tory Mayor **looks like** – it's positive, it's enterprising, it's successful.*”

Лиз Трасс использовала прием сравнения для того, чтобы показать, что одно уподобляется другому.

4. Метафора

“Together, we have mourned the death of Queen Elizabeth II, the rock on which modern Britain was built.”

Нами были рассмотрены использованные Лиз Трасс такие лексические приемы, как эпитет, олицетворение, метафору, сравнение, метонимию, гиперболу. Они делают ее речь ярче и интересней.

Мерцалов Р.С.

Н. рук.: канд. пед. наук, доцент Яковлева С.Л.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АМЕРИКАНСКОГО СПОРТИВНОГО ТЕКСТА

Статья американского спортивного обозревателя Г. Вишински начинается с лирического отступления – комментария одного из главных тренеров лиги, назвавшего серию между “Нэшвиллом” и “Колорадо” “тратой 8 дней”. В следующем абзаце автор уточняет, что серия продлилась всего 7 дней и Д. Саттер (главный тренер) ошибся в своем прогнозе. Этот смысловой акцент является важным в контексте всей статьи, поскольку указывает на значительное превосходство одного коллектива над другим.

Далее следует протокольный абзац с констатацией фактов: счет последнего матча в серии, статус выездной игры для “Колорадо”, позиции команд в турнирной таблице после завершения регулярного чемпионата. Отдельно отмечается, что “Колорадо” сыграл матч с запасным вратарем, так как их основной голкипер травмирован. Как и вся статья, заголовок написан кратко и емко, выдавая основную информацию скорее в виде репортажа или протокола, чем экспрессивного материала с частым применением ярких оценочных средств языка.

В целом, статья Г. Вишински обладает следующими характерными чертами: 1) В статье преобладает стиль краткого сообщения с уклоном в

сторону констатации фактов. 2) Ограниченное использование эмоционально-оценочных выражений. 3) Превалирует протокольная лексика. 4) Лаконичный и емкий заголовок. 5) Единый смысловой акцент на превосходстве одной команды над другой. 6) Отдельно выделяется комментарий третьего лица.

Порошина Т.П.

Н. рук.: к.филол.н., доцент Кузьмина Е.К.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ СПОРТИВНОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ

Спортивная публицистика - особый тип произведений, передающей информацию зрителям. Многие спортивные материалы ориентированы на социум вне зависимости от времени или возраста, что сказывается на формировании впечатлений и выводов у так называемой спортивной аудитории. Очевидно, это отражается в языке через процесс заимствования и адаптации новых слов и устойчивых словосочетаний к правилам языка перевода.

Процесс работы со специализированными текстами предполагает, прежде всего, введение новых лексических единиц и словосочетаний, а также изучение стилистических особенностей жанра текста. Выбор лексических единиц осуществляется с учетом уровня языковой компетенции, частоты употребления слов, их значимости для понимания текстов.

Основной задачей спортивного дискурса является формирование эмоциональной составляющей публики. Однако, исследование доказывает, что многие эмоции достаточно схожи, что ограничивает использование стилистических средств.

Как показывается проведенное исследование, современные переводы спортивных текстов содержат большое количество трансформаций: лексические (транскрипция, транслитерация, калькирование, конкретизация, генерализация, смысловое развитие), грамматические (дословный перевод,

членение предложений, замены слов), лексико-грамматические (описательный перевод, антонимический перевод). Несмотря на описанные трансформации, переводчик может самостоятельно усилить или ослабить тот или иной момент в тексте, чтобы выделить конкретный момент или событие.

Пятакова А.Е.

Н. рук.: учитель английского языка высшей категории Валиева С.Т.

МБОУ «Гимназия №7 им. Героя России А.В. Козина»

г. Казань, Россия

СРАВНЕНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

Особая наука, фразеология, возникла в XX веке. Для изучения понятия фразеологии, нужно уметь использовать такие науки, как лексикологию, фонетику, стилистику и другие науки. Английский язык имеет тысячелетнюю историю. За это время большое количество лингвистов нашли выражения, которые показались им удачными, точными и красивыми. Такие выражения принято называть фразеологическими единицами. Конечно же, в русском языке также есть фразеологизмы, как и в английском языке. Некоторые имеют схожее значение в двух языках, некоторые практически точно переводятся с одного на другой. Конечно же, чтобы выяснить это, следует углубиться в эту тему и сравнить фразеологические единицы в английском и русском языках.

Некоторые лингвисты считали, что перевести фразеологизмы с русского языка на английский и наоборот практически невозможно, но это оказалось не так. Выяснилось, что фразеологические выражения, содержащие в себе следующие пункты, совпадают в переводе с одного языка на другой: 1) Части человеческого тела; 2) Выражения из произведений У. Шекспира; 3) Выражения из произведений А.С. Пушкина, И.В. Крылова, М. Горького

Однако существуют фразеологизмы, которые не переводятся дословно с английского на русский, но вы легко можете найти им аналоги. К примеру: Black sheep (англ.) - Черная овца (досл. перевод) – Белая ворона (рус.), For a

rainy day (англ.) - На дождливый день (досл. перевод) - На черный день (рус.) и т.д. С помощью фразеологических выражений, которые не переводятся дословно, происходит растущее понимание языка. Поэтому изучение фразеологии очень важно для овладения английским языком, для повышения вашей речевой культуры.

Сакута М.А.

Н. рук.: к.п.н., доцент Дульмухаметова Г.Ф.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ

В составе любого языка имеются крылатые устойчивые выражения, основанные на культуре, а также социальном, экономическом и политическом положении народа. Состояние жизни граждан разных народов отличается, поэтому перевод идиом имеет ряд особенностей. Фразеологизмы бывают необразными (сходны с простыми словосочетаниями) и образными (их значение полностью отличается от прямого перевода). В связи с этим, перевод последних фразеологизмов необходимо совершать очень внимательно.

Существуют аналогичные идиомы в исходном и переводящем языках. Например, *time flies* – время летит. Также, есть греческие и латинские заимствования, которые имеют одинаковое значение во многих языках, например, *Achilles' heel* – ахиллесова пята. Существуют фразеологизмы, аналог которых присутствует и в переводящем языке, однако они основаны на другом образе. Например, *rain cats and dogs* – лить как из ведра.

В случае не знания аналога или эквивалента определённой фразеологической единицы, переводчик может перевести описательным методом – использовать свободные словосочетания, объясняющие смысл идиомы. Также, существует метод перевода фразеологизма лексемой, отражающей заложенный в идиоме смысл. Например, *twist in the wind* – томиться. Антонимический перевод так же допустим и порой необходим, чтобы

донести верный смысл фразы исходного языка. Например, *as safe as a house* – ничего не грозит.

Таким образом, перевод фразеологических единиц является ответственным делом для переводчика, ведь следует проанализировать исходный текст и понять, какой метод будет наиболее выгодным для передачи верного смысла фразы.

Сунгатова И.Э.

Н. рук.: к.филол.н., доцент Кузьмина Е.К.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТИЛИСТИЧЕСКИХ ПРИЕМОВ В ОРАТОРСКОЙ РЕЧИ

Сочетание логических и эмоциональных языковых средств является характерным для современной ораторской речи. На практике выступления лучших ораторов показано, что сухие, деловые выступления перед современной, хорошо информированной аудиторией, как правило, привлекают мало внимания и часто вызывают скуку и даже раздражение.

Доклад оратора – это достаточно напряженный и трудный процесс. Важным является не только предоставление аудитории конкретной информации во время выступления. Предварительно добиться внимания и расположения слушателей также необходимо, чтобы в конечном итоге настроить их на защиту и поддержание желаемой позиции.

Верховенствующую роль в достижении цели, которой является завоевание власти, играет именно ораторское мастерство любого выступающего, в особенности политиков. На мой взгляд, насыщение официальной речи экспрессивностью, эмоциями и красочностью является одной из ключевых стратегий вовлечения публики.

Стилистические приемы традиционно являются принадлежностью художественного текста, который, как и всякое произведение искусства, по

своей природе живописен. Как разновидность публицистического жанра, политический комментарий может быть не менее ярким и стилистически богатым, чем художественное произведение. В этом и заключается отстаиваемый мной тезис.

Фадеева А.Ю.

Н. рук.: к.филол.н., доцент Кузьмина Е.К.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА

Креолизованный текст представляет собой сочетание вербальных и неязыковых средств. Особенностью таких текстов являются иллюстрации, которые ориентированы на текст. С избытком продукции в современном обществе привлечение внимания потенциального покупателя – непростая задача для производителя, поэтому в настоящее время реклама и правильный подход к ней являются неотъемлемой частью маркетинга. Поэтому креолизованные тексты, которые включают в себя рекламные тексты, агитации, комиксы, афиши и т.д., занимают ключевую позицию представления информации в средствах массовой коммуникации. Изучение особенностей креолизованных текстов является актуальной темой, так как в настоящий момент данная сфера недостаточно изучена как в английском, так и русском языках.

В комиксах связь между изображением и текстом соотнесена тщательнее и выявлена из внутренних семантических связей. Например, изображение Джорджа Буша, представляющего претендента, способного заменить верховный суд страны: «Nominee for that Supreme Court things. Satan, the Prince of Darkness!» – («Претендент на замену Верховного Суда. Сатана, царь тьмы!»)

Если рассматривать рекламную кампанию сыворотки для лица фирмы Lancôme, то можно увидеть фразу «The serum that makes your future brighter». В

данной ситуации присутствует игра слов, которая дает отсылку на то, что сыворотка может помочь сохранить коже молодое сияние и в будущем.

Итак, креолизованные тексты помогают упростить коммуникацию между потребителем и производителем/автором, что повышает ее эффективность.

Хамитова Д.Ф.

Н. рук.: к.п.н., доцент, Баранова А.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА СПОРТИВНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В БАСКЕТБОЛЕ (НА ПРИМЕРЕ СПОРТИВНЫХ ИНТЕРВЬЮ)

Исследование посвящено проблемам, которые возникают в переводе с английского языка на русский язык текстов спортивного дискурса.

1. В переводе в основном используются приёмы транскрипции и транслитерации, позволяющие заимствовать слова других языков, которые не имеют эквивалентов в языке, на который осуществляется перевод. Примеры (нами были использованы цитаты из интервью Гордона Хейворда на уик-энде всех звезд НБА 2017): 1) «*Hopefully make a couple shots, get a couple **dunks***»

Перевод: «*Надеюсь сделать пару выстрелов, получить пару **данков***». 2) «*I think a lot of it has to do with our team's success. Playing a lot better **basketball***». Перевод: «*Думаю, во многом это связано с успехами нашей команды. Играть намного лучше в **баскетбол***»

2. Также часто употребляется калькирование. Пример: «*What are you expecting from yourself for tomorrow in the **All-Star game**?*». Перевод: «*Чего ты ждешь от себя на завтра в **Матче всех звезд**?*».

3. Нельзя не обратить внимания на такой способ перевода как описательный перевод. Пример: «*Why are you not doing the **Three-Point Contest** this year?*». Перевод: «*Почему вы не участвуете в **Конкурсе трёхочковых бросков в НБА** в этом году?*».

4. В переводе нередко встречаются грамматические замены. Пример:

«*There's so much talent around the league*». Перевод: «*В лиге так много талантов*».

Нами был сделан вывод, что при переводе спортивной терминологии используются такие способы, как транскрипция, транслитерация, калькирование, описательный перевод и грамматические замены.

Черкасова А.С.

Н. рук.: канд. пед. наук, доцент, магистр лингвистики Яковлева С.Л.
Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)
г. Казань, Россия

ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА ИГРОВЫХ АББРЕВИАТУР С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Работая с сокращениями, переводчик может столкнуться с трудностями, связанными с тем, что большинство аббревиатур являются многозначными. Например, аббревиатура «*ADS*» может быть переведена и расшифрована как: 1) *advertisements* (рекламные объявления); 2) *aiming down sights* (обычно более точный режим прицеливания, когда персонаж поднимает оружие к плечу; противоположно стрельбе от бедра). Другая сложность связана с усечениями, образованными на основе словосочетания. К этой группе могут относиться сокращения, образованные путем усечения каждого компонента: *hi-fi* (*high fidelity*) – высокая точность воспроизведения. Большие трудности при переводе представляют усечения одного из компонентов с полным опущением второго, поскольку в этом случае опущена значительная часть информации: *E-commerce* (*electronic commerce*) — электронная торговля.

Существует несколько методов в расшифровке аббревиатур:

1. Анализ контекста. В случае если значение аббревиатуры в тексте отсутствует, необходимо внимательно изучить контекст.
2. Использование словарей сокращений.
3. Анализ структуры сокращений. Этот метод применяется в расшифровке сложных сокращений, содержащих знаки препинания: точки, дефисы, скобки и т.д.
4. Применение аналогий.

Таким образом, перевод игровых аббревиатур с английского языка на русский необходим для международной коммуникации в сфере игр. Переводчикам следует адекватно передавать новые аббревиатуры и пополнять словари, поскольку, имеющиеся на сегодняшний день словари сокращений и аббревиатур не удовлетворяют в полной мере потребности переводчиков.

Шаймарданова Р.Р.

Н. рук.: преподаватель Саидова Р.К.

Альметьевский филиал Колледжа КИУ

г. Альметьевск, Россия

ЭПИГРАФ И ЕГО РОЛЬ В РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Эпиграф — это краткий текст, помещаемый перед произведением с целью выражения главной мысли или отношения автора к действиям. Эпиграфом могут послужить: пословицы и поговорки, строки из классики, высказывания писателей и философов, выдержки из заметок учёных. Эпиграф играет роль некоего освещения, в сиянии которого произведение начинает приобретать новые краски.

Эпиграф, к примеру, к комедии Н. В. Гоголя «Ревизор» играет немаловажную роль, отражая авторский ответ на критику. «На зеркало неча пенять, коль рожа крива» — русская народная пословица. Цитата была выбрана Николаем Васильевичем не сразу, а только через шесть лет после первой постановки, представляя собой своего рода ответ на критику окружающих. Автор сравнивает свое произведение с зеркалом. Гоголь в «Ревизоре» не поспешил на обличение людских пороков — эгоизм, скупость, лень, страх, распутство, бездушие и множество других. Также ярким примером использования эпиграфа в русской литературе — роман в стихах А. С. Пушкина «Евгений Онегин». В нём каждая глава начинается с эпиграфа. Эпиграфами здесь служат высказывания Петрарки, Горация, Байрона, Грибоедова, Жуковского и других великих людей.

Таким образом, автор за эпиграфом скрывается, словно за ширмой,

завуалированно отражая свою позицию к происходящему. Эпиграф служит некой проекцией на все произведение, отражением мыслей и идей автора, которые он хочет донести до читателя.

Шамсеев А.И.

Н. рук.: канд. пед. наук, доцент Буренкова О.М.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны

НЕОЛОГИЗМЫ В СФЕРЕ КРИПТОВАЛЮТНОЙ ИНДУСТРИИ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Большинство новых слов — это термины, связанные с наукой и технологиями, особенно с самым распространенным электронным устройством. Интернет является крупнейшей базой для появления неологизмов, и они сразу же становятся часто употребляемыми. В современном мире неологизм, появляющийся во всемирной паутине, также входит в речевое общение и в реальную жизнь людей. Интернет обеспечил быстрый обмен информацией между миллионами пользователей.

Популярность криптовалюты породила множество связанных новых слов. За последние десять лет, с увеличением внимания людей к зашифрованной валюте, связанные с ним термины выросли, так что эта область, сочетающая технологии и финансы, постепенно создала набор все более полной дискурсивной системы. Криптовалютная терминология описывает относительно новую реальность, которая чаще всего практикуется вне официальных рамок. На самом деле, большинство источников, в которых это обсуждается, написаны отдельными людьми и описывают понятия, которые до сих пор плохо определены.

Многие научные публикации просто предполагают, что значение термина является общеизвестным, обрисовывают его в общих чертах. Криптовалюта - неологизм неустойчивый по своему значению и применяется к системам с разнообразной технической архитектурой и системами управления. Цифровая

система унифицирована тем, что предназначена для размещения средство обмена общего или ограниченного назначения, криптовалюта, использующая инфраструктуру, которая в той или иной степени заменяет доверие к учреждениям криптографией.

Шамсутдинова И.Р.

Н. рук.: канд. пед. наук, доцент Яковлева С.Л.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОНТОЛОГИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ

Действия, идеи и эмоции как чувственно воспринимаемые объекты нам помогают понять онтологические метафоры. Метафора ПЕРСОНИФИКАЦИИ является наиболее распространенной онтологической метафорой (*Life has cheated me...; War frayed all...; Heaven help the man that takes up with your life*). Онтологические метафоры проецируют свойства, характерные для предметов действительности (твердость, текучесть, хрупкость и т.д.) на такие абстрактные сущности как мораль ум, эмоции и т.д.: *He is a rock, just like you and me; His despondent thought flowed in three directions; She is brittle, don't hurt her!* В последнем примере наблюдается метафорический перенос на эмоциональные качества свойств, которые присущи хрупким предметам. Онтологические метафоры имеют очень узкий диапазон использования, поэтому носители языка не замечают метафоричности выражений. В зависимости от целей онтологической метафоры она подразделяется на разные типы. Например, ограниченные пространства обозначают метафоры, связанные с вместилищами. Голова является вместилищем для мыслей и идей, например: *I can't get out of my head; My thoughts are stars I cannot fathom into constellation; My head is a jungle.*

В отличие от других человеческих инстинктов, наше чувство пространства фундаментально. Актом количественной характеристики является ограничение определенной территории.

Шафигуллина К.С.

Н. рук.: канд. пед. наук, доцент Яковлева С.Л.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

СЛОВООБРАЗОВАНИЕ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ

Одну из самых важных ролей в переводе терминов играет их способ образования, поэтому отдельное внимание стоит уделить терминообразованию космологических терминов в английском языке. Астрономические термины, состоящие из одного компонента, в английском языке образуются при помощи метода аффиксации. Зачастую это суффиксы *-ance (transmittance)*, *-ed (zoned)*, *-ic (cosmic)*. Для астрономических терминов английского языка характерно использование суффикса *-oid* для наименования космических объектов и их свойств. Например: *meteoroid, asteroid, conoid*.

Также нередко встречается словосложение. Например, термин «*starburst*» образован от слова «*star*» и «*burst*». В образованиях терминов путем словосложения могут принимать участие три или четыре компонента. Они образуются при помощи структуры Adj + N + N (*neutral hydrogen clouds*) или Adj + Adj + N + N (*massive compact halo objects*). Следует упомянуть аббревиацию в астрофизической терминологической системе английского языка (*MPC – megaparsecs*). Также аббревиатурой может быть обозначено сокращение одного слова (*PLS – plasma*).

Отдельное внимание стоит уделить явлению антонимии. Нередко среди классификации звезд по их размеру и массе встречаются антонимические пары (*dwarf – giant*).

Таким образом, большая часть рассмотренных терминов была образована путём присоединения приставки, суффикса или при помощи словосложения, поэтому можно заключить, что морфологический способ словообразования является наиболее распространённым в создании астрофизических терминов.

Шулюмов Н.С.

Н. рук.: канд. пед.наук, доцент Хамитова Л.М.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТИЛИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ БОРИСА ДЖОНСОНА

Политическая лингвистика в наше время имеет высокие темпы развития и является одним из наиболее перспективных направлений лингвистики. Предмет исследования этого направления можно определить из его названия — политическая лингвистика исследует «политическую коммуникацию», иными словами, лингвистическую деятельность, направленную на пропаганду определённых идей и склонения граждан к активной политической жизни.

Одним из средств такого воздействия на граждан является политический дискурс, в свою очередь представляющий собой вид практической речевой деятельности, обслуживающей политические интересы.

В политическом дискурсе большую важность имеет фигура политика и определённые моменты, связанные с поведением. Такой вид дискурса выражает собой целый комплекс взаимоотношения между обществом и человеком и влияет на картину мира, формируемую у аудитории политического дискурса.

В данной работе для анализа была взята первая речь Бориса Джонсона в должности премьер-министра Великобритании. Эта речь, являющаяся идеологическим дискурсом, предполагает существование некоторых оппонентов, выступающих против пропандируемых идей. Поэтому Джонсон применяет языковые средства с негативным значением для дискредитации его оппонентов и языковые средства с положительной коннотацией для демонстрации своих взглядов с выгодной стороны.

Среди стилистических и лексических средств можно выделить: эпитеты, метафоры, игры слов, интенсификаторов.

Среди синтаксических средств можно выделить: параллельные

конструкции, антитезы, климакс.

Ямаева А.Р.

Н. рук.: к.пед.н., доцент Кулькова М.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ЭКСПРЕССИВНЫЕ СРЕДСТВА РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА (НА ПРИМЕРЕ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ)

В настоящее время реклама представляет собой особый тип коммуникации и является эффективным инструментом воздействия на аудиторию. Важным условием эффективной рекламы является выразительность ее слогана. Слоган — это емкая и запоминающаяся фраза, которая передает в яркой, образной форме основную идею рекламной кампании. Правильный слоган отражает идею бренда и может в разы усилить рекламную кампанию. Основу любой рекламы составляют различные методы речевого воздействия, с помощью которых реализуется главная цель — привлечение внимания и побуждение к действию.

Анализ современных рекламных слоганов позволил выявить наиболее употребительные средства выразительности — метафора, эпитет, сравнение, аллитерация и олицетворение.

Самый частотный по употреблению — эпитет. Эпитеты всегда придают лаконизм и выразительность любым речам и текстам. Примером может служить лозунг бренда мороженого Magnum: «Enjoy the royal treatment». Текст рекламы не указывает на вкусовые характеристики продукта, однако позиционирует его, как мороженое высшего класса.

Следующим по частоте использования выступает метафора. Метафора вносит образность в рекламный текст и позволяет создать оригинальный рекламный образ: «A breath of fresh air», что в переводе — *глоток свежего воздуха* (салон красоты Breathe Hair Studio). Такой слоган, несомненно, вызывает у аудитории интерес и положительные эмоции.

СЕКЦИЯ №13. ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

Галимзянов Р.Р.

Н. рук.: к.п.н., доцент Баранова А.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ФОРМИРОВАНИЕ НАВЫКОВ ИЕРОГЛИФИЧЕСКОЙ ПИСЬМЕННОСТИ НА НАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ ОБУЧЕНИЯ В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ

Актуальность выбранной темы объясняется тем, что изучение китайского языка обучающимися средней школы на начальном этапе вызывает ряд трудностей, связанных с существенным различием родного языка от изучаемого. Трудность заключается в том, что китайский язык относится к группе изолирующих языков, это подразумевает то, что слова состоят только из одного корня, не образуя ни составных слов, ни сочетаний с суффиксами, префиксами и т.д., а также наличие строгой грамматической структурой слов в предложении. По этой причине необходимо рассмотреть проблемы, с которыми сталкиваются обучающиеся при изучении китайского языка.

В данном тезисе рассматривается иероглифическая письменность как один из разделов китайского языка. В ходе изучения вопроса о возникновении проблем обучению китайским иероглифам были проведены занятия в школе по китайскому языку, где было выявлено следующее: обучающиеся забывали многие из иероглифов во время каникул; не хватало средств наглядности и интерактивных технологий. Для улучшения качества изучения иероглифов обучающимися были предложены следующие рекомендации: 1) осуществлять процесс обучения иероглифической письменности через принцип наглядности, используя такие средства обучения, как плакаты, интерактивную доску, таблички и др.; 2) осуществлять повторение иероглифов через онлайн систему во время каникул. Таким образом, нами были предложены рекомендации по

улучшению качества образования при обучении иероглифическому письму.

Гаптелбаров Э.Р.

Н. рук.: к.п.н., доцент Баранова А.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВЕБ-КВЕСТА В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Веб-квест от английского «web-quest», что переводится как «Интернет поиск» – это веб-сайт в сети Интернет, с которым проводят работу учащиеся для выполнения учебной задачи. Веб-квест как педагогическая технология и как введенный термин впервые были представлены в 1995г. американским профессором образовательных технологий Берни Доджем.

Главной особенностью веб-квеста является тот факт, то, что по большей части один ученик или группа учащихся производит поиск информации на различных веб-сайтах, которую в свою очередь нужно уметь правильно использовать. Также стоит упомянуть, что длительность выполнения веб-квеста ограничена и учащиеся должны учитывать время в рамках выполнения проекта. По факту выполнения работы, учащиеся могут представить свою работу в виде презентации, устного выступления, веб-страницы в Интернете и т.д.

Таким образом, можно сказать, что в процессе работы с данной технологией, обучающиеся приобретают и развивают такие навыки как:

- расширение словарного запаса;
- развитие навыков независимой работы;
- рациональное планирование времени;
- развитие компьютерных навыков;
- фокусирование на информации и ее использовании.

Подводя итог, можно отметить, что использование данной технологии безусловно позволит повысить эффективность обучения иностранному языку. В качестве аргумента, можно сказать, что большинство подростков все больше

времени проводят в Интернете. Поэтому проведение процесса обучения в такой среде не может негативно сказаться на полученных результатах.

Гаязова А.А.

Н. рук.: к. пед. н., доцент Валеева Р.З.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

В настоящее время использование различных цифровых инструментов модифицируют весь процесс обучения разным дисциплинам как в системе среднего профессионального, так и высшего образования. Активное применение цифровых технологий позволяет преподавателям расширять свои возможности по организации образовательного процесса и оказывает положительный эффект на качество учебного процесса в целом.

При обучении иностранным языкам предлагается огромное количество сервисов для формирования и развития иноязычных знаний, умений и навыков. В настоящий момент все более актуальными цифровые инструменты, направленные на интерактивный и виртуальный способ обучения. Одним из таких инструментов является платформа Wordwall. Wordwall – это онлайн-конструктор дидактических игр и заданий на основе предметного материала. Данный ресурс позволяет создавать комплекс упражнений и заданий по формированию лексико-грамматических и речевых навыков. Преимуществом Wordwall является готовая библиотека бесплатных упражнений по различным тематикам, благодаря чему преподаватель иностранного языка может сделать занятие более разнообразным и интерактивным. Кроме того, использование Wordwall является действительно актуальным в условиях дистанционного обучения, так как преподаватель в многопользовательском режиме может подключить студентов к занятию с помощью ссылки или QR-кода.

Использование Wordwall повышает мотивацию обучающихся к изучению

иностранного языка, помогает оптимизировать процесс получения знаний, а также разнообразить занятия с опорой на современные средства обучения.

Гаязова А.А.

Н. рук.: д.п.н., профессор Фахрутдинова Р.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

**ПОЛИКУЛЬТУРНОСТЬ В СИСТЕМЕ ЦЕННОСТНЫХ ПРИОРИТЕТОВ
ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ БУДУЩИХ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ
ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ**

Процессы глобализации, происходящие в наши дни в современном мире, затрагивают практически все сферы жизни человека и расширяют мировое культурное пространство. В свою очередь, при этом ускоряющемся расширении языкового и культурного обмена между народами, представителями самых разных социальных и этнических групп, от индивида ожидается, а также требуется при определенных обстоятельствах адаптация к новым социокультурным условиям. Современные и, одновременно, неоднозначные процессы в образовании, которые можно наблюдать через призму культуры, характеризуются активизацией культурных контактов между представителями разных стран. В свою очередь, это может рассматриваться как обострение проблем межэтнических отношений. Таким образом, общество нуждается в формировании граждан планетарного мировоззрения, граждан, свободно выражающих свою активную жизненную позицию, обладающих позитивным мышлением, способных ориентироваться в поликультурном пространстве. Кроме того, такие люди могут конструктивно решать проблемы межкультурного общения на основе взаимопонимания, уважения, терпимости друг к другу как представителям разных культур и национальностей. Сегодня статус иностранного языка постоянно растет в своем значении, что связано с укреплением экономических, политических и культурных связей между странами, с одной стороны, а с другой, интернационализацией

информационного обмена и возрастающей ролью СМИ. Во-первых, эти новые реалии определяют современные требования к преподавателям иностранных языков как носителям лингвокультурологических знаний и ретрансляторам духовно-культурных ценностей нации. Во-вторых, они также требуют модернизации образования, пересмотра концепций обучения и создания основ поликультурного образования. В-третьих, требуется, чтобы преподаватели иностранных языков повышали свой профессионализм, овладев всем набором общеизвестных культурно-профессиональных компетенций, необходимых для профессионально-педагогической, учебно-научной, а также управленческой деятельности. В связи с изложенным представляется актуальным взглянуть на поликультурное образование для будущих преподавателей иностранных языков через призму содержания образования, что, в свою очередь, определяет цель нашего исследования.

Теоретическая часть нашего исследования будет посвящена определениям поликультурного образования, выявленным проблемам понимания поликультурного образования в России и ряде других стран, на территории которых содержание поликультурного образования неверно интерпретировано, что привело к искажению содержательной плоскости в педагогике как науке. Затем на основе найденных определений, положенных в основу исследования, основное внимание будет уделено задачам, и микрозадачам поликультурного образования в обучении иностранному языку для закрепления навыков будущих преподавателей иностранного языка для их будущей профессии. Результаты исследования представят качественные свойства преподавателя иностранного языка в поликультурном образовании, что позволит будущим преподавателям иностранных языков получить улучшенные результаты успеваемости обучающихся.

Герасимова А. Д.

Н. рук.: к.филол.н., доцент Сиразиева З.Н.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ДИДАКТИЧЕСКИЕ ИГРЫ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ЛЕКСИЧЕСКИХ НАВЫКОВ НА УРОКАХ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ

В современном мире требования к сформированности лексических навыков исключительно высоки. Следовательно, необходимо находить наиболее действенные методы формирования лексических навыков для последующего формирования лексической компетенции у школьников на начальном этапе обучения. Изменяющиеся из года в год условия доказывают важность выносимой на рассмотрение проблемы.

Цель нашего исследования – проанализировать особенности развития лексических навыков на начальном этапе обучения китайскому языку на базе третьих классов МБОУ Гимназия № 183 г. Казани. В эксперименте применялись различные дидактических игры.

В ходе прохождения практики уроки проводились в 3 «М» (контрольная группа, 15 человек) и в 3 «И» (экспериментальная группа, 14 человек) классах. Оба класса занимаются по одинаковой программе (УМК HSK 1). Наблюдение в течение месяца показало, что в 3 «М» обучающиеся более шумные и имеют меньший интерес к учебе в отличие от 3 «И».

В качестве примера рассмотрим входное тестирование, которое проводилось в начале эксперимента. Оно состояло из 3 заданий: 1) Прочитайте иероглифы: 您,谢谢, 再见, 谁, 汉语; 2) Сопоставьте картинки с иероглифами (дидактическая игра). 3) Составьте маленький рассказ на тему «Знакомство», используя представленные картинки. Каждое задание оценивается в 5 баллов, то есть максимальное количество баллов – 15.

В результате входного тестирования были получены следующие данные:

в контрольной группе 1 задание полностью выполнили 8 человек, 2 задание полностью выполнили 10 человек, 3 задание выполнили 6 человек. Таким образом, делаем вывод: из 15 человек только 11 могут прочитать слова в их иероглифической записи, 40% могут понять текст на слух и также 40% могут правильно описать свою семью на китайском языке. В экспериментальной группе 1 задание полностью выполнили 6 человек, 2 задание полностью выполнили 7 человек, 3 задание выполнили 4 человека.

Глядя на выявленные данные, можно с уверенностью сказать, что лексические навыки у учеников 3 «М» и 3 «И» классов сформированы недостаточно, что дополнительно подчеркивает важность темы нашего исследования.

На протяжении практики мы проводили в контрольной группе обычные занятия, продолжающие деятельность учителя, а в экспериментальной проводили занятия с применением дидактических игр. В экспериментальной группе, в течении двух недель мы использовали следующие дидактические игры:

1. Карточки. Обучающимся раздаются карточки с иероглифами и карточки с переводом и пиньинем. Задача обучающихся состоит в том, чтобы соотнести иероглиф с его значением.

2. Ромашка. Обучающимся раздаются листы с нарисованными цветами. На каждом листе расположены три цветка, отведенные под определенную тематику лексики. Цель обучающихся заполнить каждый из лепестков подходящими по тематике лексическими единицами.

3. Паровозик. На доске рисуется форма паровоза с вагонами. Цель обучающихся является заполнить каждый вагон определенным словом, чтобы в конечном итоге получилось целое предложение.

По итогам двух недель было проведено контрольное тестирование. Оно состояло из 3 заданий: 1) прочитайте иероглифы: 姐姐, 妹妹, 会, 什么, 爷爷, 爸爸, 妈妈, 哥哥, 弟弟, 是, 谁; 2) Сопоставьте картинки с иероглифами. 3)

Составьте маленький рассказ на тему «Моя семья». В ходе анализа выявили, что существенного прогресса в контрольной группе нет, так как там занятия велись по старому образцу. Помимо прочего, мы можем заметить регресс в результатах второго задания (46% могут прочитать слова в иероглифической записи, 33% могут сопоставить иероглифы с картинками только 5 человек из 15% могут составить рассказ про свою семью). В экспериментальной группе виден прогресс и большая заинтересованность в выполнении заданий (95% справились со всеми заданиями достаточно быстро).

Таким образом, корректно организованная дидактическая игра может стать не только действенным средством изучения освоения и структурирования знаний, но и повысить интерес и мотивацию обучающихся к изучению иностранного (китайского) языка, привнести в атмосферу класса более позитивный и дружелюбный настрой, а также повысить настроение и расположение обучающихся к педагогу.

Дмитриева Д. Д.

Н. рук.: профессор Фахрутдинова М. Т.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ НЕОЛОГИЗМОВ МЕДИЦИНСКОЙ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ

В лингвистике как таковой определенной тематической группы неологизмов не существует, но если брать в пример дифференцированную классификацию по сфере жизни общества, то вполне можно разделить неологизмы на тематические группы. Рассмотрим неологизмы медицинской сферы.

По структуре неологизмы можно поделить на четыре группы:

1. Односложные неологизмы (*вениры, аллерген*);
2. Составные неологизмы (*биопротез, платформа-свитчинг*);
3. Неологизмы, содержащие цифры или латиницу (*4D имплантология*);

4. Неологизмы, состоящие из аббревиатуры (*УВЧ, БАД*)

По семантике неологизмы медицинской тематической группы можно разделить на несколько областей, например:

1. Стоматология (*элайнер, бlichинг, скаффолд*);
2. Онкология (*рецидив, термоабляция*);
3. Гинекология (*даунрегуляция, АМК, сиблинг*)

В английском языке эти слова считаются базисом для англоговорящих, но в русском языке данные термины появились относительно недавно, поэтому они считаются неологизмами как в русском языке, так и в медицине.

Иванова Д.А.

Н. рук.: к.пед.н., доцент Валеева Р.З.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ФОРМИРОВАНИЕ МОТИВАЦИИ У СРЕДНИХ ШКОЛЬНИКОВ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ С ПОМОЩЬЮ ПРИЛОЖЕНИЙ НА СМАРТФОНАХ

Подростковый возраст, который начинается в 11 и заканчивается в 15 лет, считается одним из самых трудных в воспитательном отношении. Именно в этот период у обучающихся могут возникнуть проблемы с учебой, они теряют к ней интерес, учебный процесс кажется им неинтересным и скучным.

Поэтому учитель любым способом должен найти решение этой проблемы. Учителю необходимо сформировать у подростка правильную мотивацию к обучению, так как учебная мотивация является одним из основных условий осуществления образовательного процесса.

В данной ситуации нам могут прийти на помощь мобильные устройства. Они не только выполняют функцию связи и развлечения, но и имеют огромный потенциал в повышении эффективности процесса изучения иностранных языков. Смартфоны способны превратить любой процесс обучения из серьезного труда в увлекательную деятельность.

Уникальность мобильного обучения заключается в том, что, прежде всего, обучающиеся не привязаны к определенному времени и месту, они имеют доступ к учебному материалу в любое удобное время. Они также обладают рядом других преимуществ: активная самостоятельная деятельность, индивидуальное обучение и повышенная познавательная активность.

В ходе тестирования среди подростков мы выявили два наиболее популярных приложения: Duolingo и Quizlet. Это общедоступные сервисы, в которых в одном месте собрано множество заданий на отработку лексики, грамматики, навыков письма и аудирования. Они помогают развивать устойчивые языковые модели и коммуникативные навыки, а также просты в использовании.

Таким образом, предлагаемый подход к организации обучения иностранному языку с использованием мобильных устройств не только продолжает сложившиеся ранее традиции обучения иностранному языку, но и расширяет их за счет использования принципиально новых возможностей мобильных платформ, а также формирует устойчивую мотивацию к изучению предмета.

Идрисов Д. Ф.

Н. рук.: д. ф. н., профессор Кулькова М. А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

МЕТОДИЧЕСКАЯ СИСТЕМА РАЗВИТИЯ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ПРИ ПОМОЩИ ТЕХНОЛОГИИ CASE STUDY

Крайне эффективным инновационным методом обучения для овладения англоязычной коммуникативной компетенцией является метод case study. Кейс - это определенная практическая ситуация, которая требует принятия важного решения. Деятельность по решению кейса предполагает групповой или индивидуальный анализ с дальнейшим обсуждением. Кейсы используются при

изучении и закреплении новых тем, формировании определенных практических умений. Главным требованием использования кейса является подлинность ситуации.

Как пример подобного интерактивного занятия по методу кейсов можно привести учебник по деловому английскому языку издания Pearson Longman (авторы: D. Falvey, D. Cotton, S. Kent Market Leader), особенностью которого является то, что каждый раздел заканчивается заданием формата case study.

Использование метода кейсов улучшает навыки чтения, говорения, слушания и письма на английском языке, так как во время самостоятельного анализа англоязычной информации, её обсуждения активизируются все формы изучения английского языка. Результатом использования метода кейсов становится более высокий показатель качества обучения, повышается уровень мотивации к изучению иностранного языка, развивается творческий подход при решении нужных заданий.

Капитонова Р.О.

Н. рук.: к.п.н., доцент Дульмухаметова Г.Ф.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОГО УРОКА ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

В мире современных технологий знание иностранных языков является неотъемлемой частью при получении любого образования. Прежде всего следует начать с первых ступеней изучения иностранных языков – уроков в школе. В статье рассматриваются основные понятия, раскрывающие понятие о культуре современного урока иностранного языка.

Приоритетным направлением в процессе обучения является гуманизация образования. Это означает, что большее внимание уделяется индивидуальным особенностям обучающегося. Поэтому очень важно подобрать такие методы и формы организации учебной деятельности, при которых обучающиеся смогут оптимально усвоить данный материал.

Современные технологии играют одну из главных ролей. Интернет-ресурсы позволяют решить целый ряд важнейших задач, таких как: изучение новой лексики, выполнение письменных упражнений, улучшение навыков чтения и произношения. Нельзя не отметить эффективность интерактивных игр, которые повышают уровень заинтересованности обучающихся (например, инсценировка жизненных ситуаций, ролевые игры и т.п).

Немаловажное значение имеет творческий подход. Участие в конкурсах, написание проектов, чтение книг о культуре иноязычных стран – всё это вызывает острый интерес у школьников и стремление к получению новых знаний.

Таким образом, из данных аспектов следует, что культура современного урока иностранного языка включает в себя множество разнообразных методов преподнесения знаний, представления учебного материала, использование электронно-образовательных ресурсов и интерактива.

Козлова А.К.

Н. рук.: к.п.н. Леонтьева Л.А.

Нижекамский филиал КИУ

г. Нижнекамск, Россия

КОНЦЕПЦИЯ РАЗГРАНИЧЕНИЯ СФЕР ОБЩЕНИЯ В. Л. СКАЛКИНА

По утверждению В. Л. Скалкина, термин «сфера общения» может быть охарактеризован как «область речевой действительности, которая описывается как условно однородный комплекс коммуникативных целей, для достижения которых необходимо осуществить определенный отбор языковых средств и правил, между собой сочетаемых» Если рассматривать сферы общения с методической точки зрения, ее явление представляется важнейшим понятием. По мнению выдающегося российского лингвиста Ф. М. Берёзина, «сфера общения представляет собой совокупность однородных коммуникативных ситуаций, характеризующихся определенной однотипностью речевого стимула говорящего, отношением среди коммуникантов и обстановкой общения».

Э.Г. Азимов и А.Н. Щукин же под этим термином подразумевают «взаимосвязанный комплекс ситуаций и тем общения, видов речевой деятельности, который обуславливается потребностями обучающихся». В.Л. Скалкин выделял следующие сферы общения: социально-бытовая, затрагивающая отношения людей в их обыденной жизни, социально-культурная, направленная на удовлетворение духовных потребностей, административно-правовая, тесно связанная с областью юриспруденции, профессионально-трудовая сфера, несущая экономическое значение, сфера общественной деятельности, включающая в себя связи социальных групп, семейная, и зрелищно-массовая, то есть развлекательная. Важно отметить, что В.Л. Скалкин не определяет сферу общения, связанную с учебной деятельностью студента, что в принципе, совпадает с мнением других авторов. Таким образом, мы можем сделать вывод что, сфера общения по сути своей является комплексом взаимосвязанных и зависимых друг от друга ситуаций, и видов речевой деятельности, которые связаны главным образом с желанием достичь поставленные коммуникативные цели.

Лисина А.А.

Н. рук.: Дульмухаметова Г.Ф.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ДИСКУССИЯ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ УМЕНИЙ ИНОЯЗЫЧНОГО ОБЩЕНИЯ

Основная задача изучения языка – возможность свободно использовать его с целью обмена информацией. В современных учебных заведениях зачастую большая доля в обучении ложится на изучении грамматики, возможности читать и писать на иностранном языке. Однако именно умение выражаться устно является самой важной деталью в изучении языка. Роль преподавателя – научить студента выражать свое мнение, озвучивать мысли и уметь отстаивать собственную позицию. Этим обусловлена актуальность данной

темы.

Большое значение в выполнении данной задачи, а именно побудить студента к активному иноязычному общению, имеет такая форма взаимодействия как дискуссия. Согласно словарю Д.Н. Ушакова «дискуссия – это обсуждение какого-нибудь спорного вопроса для выяснения разных точек зрения; прения» [3]. Дискуссия может принимать разные формы: дебаты, судебное заседание, симпозиум, мозговой штурм и т.п. [2]. Именно благодаря обстановке спора, где тема может быть как близка одной группе людей, так и быть абсолютно неприемлема другой, каждый человек вовлечен и может отстаивать свою точку зрения, опровергнуть чужую. Однако, только находясь в потоке разнообразных мыслей, невозможно научиться языку. Основная роль в таком роде учебной деятельности ложится на самого преподавателя. При этом, преподавателю необходимо правильно сформулировать тему для дискуссии, озвучить правила поведения студентов во время проведения спора и следить за их соблюдением. Самое важное – помогать студентам правильно говорить: делать замечания об интонации и произношении, паузации, ударении, ритме, тембре, построении предложений, использовании более подходящей лексики относительно темы дискуссии.

Следовательно, с частотой проведения подобных мероприятий как дискуссия студенты смогут правильно задавать вопросы с точки зрения грамматики, а правильное построение предложений будет автоматическим, и главное – уменьшится страх выступления перед аудиторией, появится свобода в выражении собственных мыслей, и идея «звучать глупо» или «сказать что-то не то» перестанет быть актуальной.

Михайлова А.Ф.

Н.р рук.: к.пед.н., доцент Валеева Р.З.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ АУДИРОВАНИЮ ПРИ ИЗУЧЕНИИ

КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА

Китайский язык с каждым годом набирает все большую популярность, растет количество изучающих его людей. Именно по этой причине сейчас в обучении китайскому языку навыкам аудирования уделяется такое пристальное внимание.

Аудирование, или 听力 в китайской методике, по праву является одним из наиболее сложных, но и незаменимых, видов учебной деятельности. Целенаправленное формирование аудитивных навыков помогает в полной мере погрузиться в языковую среду, позволяет понимать собеседника, правильно, адекватно и своевременно реагировать на его слова.

При изучении китайского языка, как и любого другого иностранного языка, необходима регулярная практика навыков аудирования, так как без должного внимания они могут быстро утратиться. Помимо этого, может возникнуть ряд других трудностей. Например: трудности с пониманием смысла аудиозаписи, незнакомые языковые единицы или конструкции; способ подачи аудиотекста (темп речи, объем фразы), лексические (распознавание на слух сочетаний слов), грамматические (непривычное построение предложения, конструкции, морфологический строй языка), фонетические (отсутствие привычных букв, замена их иероглифами, и произношение) и т.д.

Главенствующая роль при развитии аудитивных навыков у изучающих китайский язык отводится упражнениям на формирование фонетического слуха, закрепление пройденной лексики и грамматических конструкций. Среди наиболее типичных и эффективных упражнений можно назвать следующие:

1. Упражнения на повтор за диктором или педагогом (слогов, тонов, слов и т.д.). Например:

- Прослушайте и правильно назовите тон в слогах che, zhao, ma, ba и т.д.;
- Прослушайте и произнесите слова/фразы 你好, 你叫什么名字, 你好吗 и т.д.

2. Упражнения на различие тонов, финалей, инициалей, придыхательных и непридыхательных согласных.

- Прослушайте и проставьте в словах услышанный тон: ma – ma, ni – ni, da – da, wen – wen, hao – hao, zhong – zhong.

- Прослушайте и расставьте тоны в следующих фразах: 这种茶很好喝 (zhe zhong cha hen haohe), 爸爸最近工作很忙 (baba zuijin gongzuo hen mang), 你买邮票了吗 (ni mai youpiao le ma) и т.д.

- Обведите услышанный Вами слог (на различие инициалей и финалей).

При формировании навыков аудирования нельзя обойтись и без видеоматериалов, которые могут помочь как с пониманием устной речи, так и с говорением, закреплением грамматических и лексических единиц. Учебные видеоматериалы чаще всего содержат огромное количество повторяющихся конструкций, благодаря чему учащиеся с легкостью запоминают материал и могут легко опознавать его на практике в будущем.

Подводя итог всему вышесказанному, хочется еще раз отметить, что для развития аудитивных навыков могут быть использованы как аудио, так и видеоматериалы, которые направлены на выявление и устранение возникших у учащихся трудностей. При правильном выборе упражнений, которые помогут их отработать, появляются все условия для формирования навыков аудирования.

Мищенко А.А.

Н. рук.: к.п.н., доцент Дульмухаметова Г.Ф.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

РОЛЬ УЧИТЕЛЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБРАЗОВАНИИ

В современной системе образования потребность в педагогах иностранных языков в школах имеет тенденцию к высокому росту. Особенно

важна роль учителя иностранных языков в образовательном процессе. Прежде всего, он является партнером по общению и классным руководителем, который создает доброжелательную атмосферу, положительную мотивацию к общению и снимает психологические барьеры между учениками. Он использует методические и дидактические приемы, способствующие формированию потребности в говорении, взаимном общении и обмене.

Учитель, как и любой руководитель, должен хорошо знать потребности и интересы ученика, и представлять процесс преподавания, которым он руководит. Поэтому профессия учителя требует знание науки о человеке и специальной подготовки. Постоянно растущие потребности ко времени и уровню владения английским языком ставят вопрос о том, чтобы выбрать ту или иную методику контакта с учениками разумно и рационально. Гальскова Н.Д. выделяет следующие ключевые черты учителей: 1. Организационные черты: Организация обучения для каждого ученика и для всей группы в классе. Педагог прививает школьникам навыки и умения самостоятельной работы по самодисциплине и самокоррекции. 2. Обучающие функции: описание, объяснение, передача информации, комментариев, исправление. 3. Контроль преподавателя осуществляется при ознакомлении, обучении и применении. Обратная связь и подкрепление обеспечиваются учителем.

Современная философия образования провозглашает приоритет личности учащегося в образовательном процессе, что говорит о творческой работе учителя при подготовке материала к уроку иностранного языка с учетом особенностей каждого ученика. Главной целью работы учителя является не только обогащение знаниями ученика, но и понимание того, что существует множество вариантов и методик, которые показывают, как и в какой форме можно преподнести информацию обучающимся.

Моисеева А.А.

Н. рук.: к.п.н., доцент Валеева Р.З.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В МЕТОДИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧИТЕЛЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Важным инструментом в преподавании иностранного языка является использование цифровых образовательных ресурсов, которые применяют в сочетании с традиционными методами обучения. Целью использования ЦОР является обеспечение высокого качества образования. Использование инструментов мультимедиа в преподавании позволяет повысить результативность учебного процесса, прививать навыки взаимодействия с передовыми технологиями, что способствует быстрой адаптации к изменяющимся социальным условиям и для успешной реализации в профессиональной деятельности, развить самостоятельность обучающихся.

Варианты использования ЦОР: электронный учебник, как дополнительный источник упражнений; мультимедийные презентации, преимущество метода – наглядность; использование видеоматериалов на этапах аудирования и говорения; интернет-платформы для изучения английского языка с избытком грамматических таблиц, схем, рисунков; интернет-платформы для составления и прохождения контрольных точек; платформы и приложения для интерактивных занятий.

Хотелось бы отметить, что применение цифровых технологий во время занятий создаёт безграничные возможности для преподавателей и обучающихся. Однако, как невозможно заменить преподавателя учебными пособиями, так и нельзя заменить его цифровым контентом, потому что

цифровые образовательные ресурсы лишь дополняют занятие в соответствии с планами уроков, ни в коем случае не занимают его большую часть.

Мухамадиарова Ч.Н.

Н. рук.: к.п.н., доцент Скоробогатова А. И.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

РЕАЛИЗАЦИЯ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В ВУЗЕ

Обучение языку на основе компетентностного подхода (competency-based language teaching или CBLT) представляет собой применение принципов образования, основанного на компетенциях (competency-based education или CBE) в языковой среде. Данный подход к обучению предполагает связь языка с социальным контекстом.

В языковом обучении компетенцию можно понимать, как заключительную задачу, указанную в конце учебного модуля. Компетенции могут быть сформулированы и конкретизированы следующим образом: «понимание и написание инструкций для действий в случае чрезвычайной ситуации, связанной с окружающей средой» или «умение выражать устные жалобы на медицинское обслуживание». Преподавание языков с учетом компетенций требует нового подхода к обучению. Способность повторять грамматические правила или выявлять ошибки в письменной практике недостаточна для измерения компетентности. Обучающиеся должны продемонстрировать, что они могут выполнять определенные задачи, вариации которых возможны в реальном мире, используя изучаемый иностранный язык.

Суть компетентностного подхода к преподаванию иностранного языка в вузе определяется через формирование коммуникативной компетенции, включающую языковую, разговорную, стратегическую, прагматическую, социолингвистическую, социокультурную, мыслительную и другие компетенции. С учетом современных тенденций в области лингвистического

образования и условий его модернизации, особенно целесообразным для построения системы обучения иностранным языкам в вузе является опора на деятельность при формировании компетенций.

Мухина К.К.

Н. рук.: к.э.н., доцент Тамарова Р.И.

Колледж КИУ

г. Казань, Россия

СТИЛИСТИКА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

При углубленном изучении английского языка всегда встаёт вопрос о современной стилистике языка. Многие задаются вопросом стоит ли изучать её, тратить своё время, пригодится ли она в дальнейшем? Для этого нужно вначале разобраться что такое стилистика английского языка в целом, что изучает, и что в неё входит.

Стилистика - это отрасль языкознания (лингвистики) изучающая принципы и использования лексических, грамматических и фонетических, языковых средств для передачи мыслей и эмоций. Она также изучает функциональные стили текста и специальные языковые средства.

В неё входят функциональные стили текста и специальные языковые средства: конвергенция, аллитерация, ассонанс, ономотопея, метафора, гипербола, графон, рифма, ритм, метонимия, ирония, олицетворение, фразеологизмы разных видов, игру слов и многое другое.

Таким образом изучение стилистики английского языка является обязательной если вы изучаете язык профессионально, обучаетесь по лингвистическому направлению, собираетесь писать статьи, книги, сценарии и т.д. на английском языке. В случае же изучения языка для личных целей, не связанных с профессиональной деятельностью (например, для просмотра фильмов или сериалов, чтения книг или путешествий) глубокие знания стилистики не требуются. Однако, знание стилистики приветствуется для полного понимания сути художественной литературы, научной публикации или какого-либо языкового пособия. Помимо всего прочего знания стилистики

дадут вам полноту и красноту речи, особенно в глазах носителя языка.

Попова К.В.

Н. рук.: к.п.н., доцент Дульмухаметова Г.Ф.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ ПРЯМОГО МЕТОДА ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

В настоящее время известны различные методики преподавания иностранных языков. Их появление обуславливается требованиями определенного времени и развитием педагогических и методических наук. Проблемами развития методик обучения иностранным языкам занимались как отечественные, так и зарубежные педагоги. В данной работе речь пойдет о прямом методе, входящий в состав зарубежной методики обучения.

В конце XIX-начале XX вв. возник новый метод, который получил название Direct Approach. В его разработке принимали участие лингвисты, филологи, методисты из Франции, Англии, Германии и Дании: Поль Пасси, Генри Суит, Отто Есперсен, Максимилиан Берлиц и др.

В основе прямого метода лежат многолетние исследования в области обучения иностранным языкам. Данный метод направлен на выработку разговорного навыка общения через полное исключение перевода и использования родного языка. При этом большой упор делается на фонетику и постановку правильного произношения, а новая лексика изучается только в контексте. Слова, обозначающие некие абстрактные понятия, объясняются при помощи антонимов и синонимов. Использование грамматических правил не допускается, однако внимание уделяется на грамматику в речи. Преподаватель исправляет ошибки по мере того, как обучающиеся допускают их в речи. Таким образом, вырабатывается языковой рефлекс, который позволяет не только говорить, но и думать на изучаемом языке. Привычка строить фразы на родном

языке и затем переводить их на иностранный исчезает. Наименьшее внимание уделяется чтению и письму. Именно этим прямой метод отличается от других.

Идея прямого метода заключается в том, что обучение иностранному языку подобно тому, как каждый ребенок в детстве овладевает родным языком: сначала речь воспринимается на слух, затем воспроизводится обучающимися, копируя произношение преподавателя, и после этого происходит отработка навыков чтения и письма. Именно от этой идеи произошло название методики.

Исходя из всего вышесказанного, можно выделить следующие преимущества прямого метода:

- изучение иностранного языка происходит естественным образом
- многократное повторение и практика
- постановка правильного произношения
- избавление от языкового барьера в общении
- активно используется словарный запас

Данные представленные в работе свидетельствуют о том, что в современной методике так же, как и много лет назад, актуальной и нерешенной до сих пор остается проблема поиска и выбора наиболее эффективных и рациональных методов преподавания иностранных языков, учитывая их большое количество и разнообразие. Знание истории методики преподавания иностранных языков поможет начинающему преподавателю свободнее ориентироваться в выборе методов и приемов обучения, а также рационально их использовать и сочетать в своей работе.

Саглам Н. Ю.

Н. рук.: д. фил.н., профессор Кулькова М.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

**ИНТЕРАКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ФОРМИРОВАНИИ
АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ЛЕКСИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ НА МЛАДШЕМ
ЭТАПЕ ОБУЧЕНИЯ В ШКОЛЕ**

В центре разработки современных личностно-ориентированных образовательных моделей находится выбор стиля взаимоотношений между субъектами образовательных отношений. Индивидуальная образовательная траектория рассматривает диалогическое общение в качестве своей фундаментальной психологической особенности.

Проблемным полем научных исследований, посвященных организации эффективной образовательной среды, является определение конструктивных моделей диалогического взаимодействия, способствующих реализации принципов активного слушания.

В контексте данного подхода диалогические формы совместной деятельности выступают как неотъемлемые элементы интенсификации когнитивных навыков и коммуникативных компетенций обучающихся.

Учителю английского языка при подготовке к проведению занятий, следует учитывать, что эффективная организация образовательного процесса в начальной школе невозможна без использования инфокоммуникационных технологий. Для развития лексической компетенции младших школьников целесообразно использовать не только средства и программы пакета MicrosoftOffice (Word, PowerPoint, Paint), но и создавать творческие квесты в LearningApps, а также вопросы для квиза в Google формах.

Необходимо учитывать, что в младшем школьном возрасте большую роль играют соревновательные методы, которые стимулируют интерес и развивают любознательность, целеустремленность и самостоятельность.

Сафиуллина К.Р.

Н. рук.: ст. преподаватель Мансурова В.Я.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

МОТИВАЦИЯ КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ДЛЯ ОВЛАДЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКОМ В ВУЗЕ

Какие бы современные методы обучения не применял преподаватель,

если обучающийся не заинтересован, не мотивирован в процессе изучения иностранного языка, положительный результат не будет гарантирован.

С первых же занятий, преподаватели дают определение иностранному языку как важнейшее средство коммуникации с представителями страны изучаемого языка в различных областях взаимодействия.

Зачастую, уже к концу первого года изучения иностранного языка, мотивация обучающихся снижается. Это является следствием хоть и увлекательного, но сложного периода знакомства с иностранным языком, в особенности, если он не изучался ранее. Эта тенденция может сохраняться до определенного момента, важным фактором является осознание значимости иностранного языка для дальнейшей деятельности, будущей карьеры.

Для того чтобы интерес к иностранному языку оставался на достаточно высоком уровне, необходимо ставить более достижимые промежуточные цели. Обучающиеся не всегда понимают значимость обучения в долгосрочной перспективе.

Успех, хоть и в малом, но повышает мотивацию и заинтересованность в дальнейших победах. Преподаватель играет в этом значительную роль, как куратор, направляющий студента в правильном направлении, дающий рекомендации и поддержку в процессе обучения.

Таким образом, формирование мотивации является одним из факторов развития личности обучающегося, эффективности обучения.

Созинов Г.А.

Н. рук.: к.п.н., доцент Дульмухаметова Г.Ф.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

АУДИО- И ВИДЕОПОДКАСТЫ НА ЗАНЯТИЯХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ ИНФОРМАЦИОННО- ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ

В данное время на повестке дня остается актуальным вопрос для

методики обучения иностранным языкам (в частности, для английского языка) подбора и оптации материалов, которые в последующем будут действительно решать методические задачи, генерирующие необходимые для работы и изучения иностранного языка навыки учащихся.

Рецентной интернет-технологией будет являться подкастинг (подкасты – аудио и видео), применение данной технологии позволяет прослушивать аудиоподкасты, просматривать видеоподкасты, записывать и размещать собственные разработанные материалы. На просторах Интернет-пространства присутствует обширное обилие сервисов, предоставляющих материалы для прослушивания и просмотра подкастов, которые обладают возможностью быть использованными для обучения учащихся, в частности развития навыков аудирования. П.В. Сысоев и М.Н. Евстигнеев обозначили цикл умений вербальной речи «*oral speech*» и аудирования «*listening*», совершенствующихся на основе сервиса подкастов. Соломатиной А.Г. было обращено пристальное внимание на социокультурную составляющую обучения ИЯ на основе сервисов подкастов.

Сегодня, в 21 веке существует громаднейшее разнообразие обучающих материалов и ресурсов, которые подразумевают под собой доступность выбора наиболее подходящего пути изучения и обучения, которые опираются и отталкиваются от определенной точно поставленной цели и подготовки. Таким образом мы понимаем и приходим к выводу, что овладение иностранным языком не представляется быть возможным без овладения навыками речевой практики, в частности аудирования.

Глубокомысленным процессом вербального мышления, в котором базисной задачей будет являться понимание и восприятие иноязычной речи – является аудирование.

Преподавание ИЯ невозможно сегодня представить без имитации погружения учащегося в реальную естественную языковую (обстановку) среду. Таким образом с постепенным появлением информационно-образовательной среды у нас появляется потенциальность обучения вне естественной языковой

среды [1]. Подкасты, другими словами аудирования, на сегодняшний день в 21 веке стали неотделимой частью учебного процесса, сопряженной составной частью вербального (речевого) общения на ИЯ.

Сегодня аудиопокастинг характеризуется не просто как самоорганизующийся вид речевой деятельности, но еще и как средство обучения говорению, письму, и языковым навыкам. В связи с этим стоит еще раз следует подчеркнуть ценность подкастов (аудио- и видео- форматов) разных жанров и категорий, позволяющих преподавателю решать сложные учебные задачи.

Хайруллина Э.Ш.

Н. рук.: к.п.н., Леонтьева Л.А.

Нижекамский филиал КИУ

г. Нижнекамск, Россия

ВЗГЛЯДЫ Я.А. КОМЕНСКОГО НА РОЛЬ ПЕДАГОГА В ОБУЧЕНИИ ЯЗЫКУ

Я.А. Коменский был сторонником образования, дающего обучающимся познания во всех областях. Он ставил в приоритет изучение языков, поощрял естественное обучения языкам и, прежде всего, родного языка.

По глубокому убеждению, Я.А. Коменского, обучать ребенка языку следует, в первую очередь для того, чтобы он мог сопоставлять вещи и слова. При этом, обучать ребенка надо только тому, что он в силах изучить на данный момент. В обучении родному языку родителям следует избегать тяжелых слов и непонятных фраз. Ученый писал, что при обучении языку следует дружески относиться к детям; «голос учителя должен сам проникать в души обучающихся». Он считал, что человек способен изучить любой язык, при условии поэтапной и систематизированной подачи обучающимся материала и возрастания степени его сложности. Ученый выделил семь возрастов, которые нужно учитывать при обучении особенно иностранному языку. При этом, первые годы обучения языку он считал самыми лучшими и успешными.

Я.А. Коменский настаивал на непрерывности изучения языка, с постоянным стремлением к совершенствованию знаний, ведь обучение языку никогда не заканчивается. Самую важную роль педагога в обучении языку Я.А. Коменский видел в умении развивать в учениках способность мыслить самостоятельно. Современные положения теории и методики обучения языкам построены на трудах Я.А. Коменского, которые актуальны и на сегодняшний день.

Халяпова А.Р.

Н. рук.: канд. фил. наук, доцент Кулькова М.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

РАЗВИТИЕ ИНОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ НЕФИЛОЛОГИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ С ПОМОЩЬЮ ИКТ

Иноязычная коммуникативная компетенция (ИКК) является незаменимой частью в изучении иностранных языков, так как наш мир находится в непрерывном состоянии развития. С появлением Интернета в жизнях людей социальное общение сильно сместилось в сторону онлайн-коммуникации, что несомненно требует пересмотра процесса получения знаний в изменившихся социально-экономических условиях. Становится очевидным, что использование новейших ИКТ в учебном процессе студентов способствует продуктивному и эффективному формированию ИКК.

Рассмотрим использование цифрового сторителлинга для развития ИКК (digital storytelling). Сторителлинг – это образовательная технология, построенная на множестве явлений с развитой структурой и героем, направленная на решение педагогических задач обучения с использованием медиа инструментов.

Данный прием очень перспективен, так как смещает акцент в работе с видео – при просмотре эпизода на иностранном языке студенты являются лишь

«пассивными» наблюдателями, при создании цифровой истории они становятся авторами продукта и, таким образом, более осознанно используют язык и программное обеспечение. Цифровой сторителлинг включает в себя широкий диапазон инструментов и способствует формированию у обучающихся комплексного взгляда на современный мир. Эта техника может быть представлена в разных форматах: в виде презентации, видеофрагмента, электронной публикации с цифровым контентом, инфографики и т.д. Обучающимся можно предложить создать небольшой видео-проект, предварительно обсудив алгоритм его выполнения. Для создания сюжетного рассказа или истории используются онлайн-сервисы, предлагающие множество эффектных шаблонов с анимированными персонажами, встроенной анимацией и необходимым инструментарием (SparkolPro, PowToon, Moovly, GoAnimate, Plotagon и т.д.)

Еще одна новая технология формирования и развития иноязычной коммуникативной компетенции за счет использования материалов из Интернета – веб-квест. Веб-квест (web-quest) – это определенная форма подачи материала, где студентам дается задача, решение которой возможно с использованием разных Интернет сайтов. К веб-квесту применяются те же методы, как и при разработке любого проекта, т.е. постановка сроков, выбор задачи, анализ проделанной работы, оценивание и т. д. Ключевым моментом здесь является следующее: список ссылок на ресурсы, необходимые для завершения задания, которые преподаватель выбирает заранее. Их можно разместить на различных специализированных сайтах или в приложениях (Квестодел, Urban Quest, Learnis и т.д.) Результаты веб-квеста в зависимости от изучаемого материала могут быть представлены в виде устного доклада, эссе и т. д.

Студенты нефилологических специальностей положительно реагируют на использование цифровых инструменты в изучении непрофильного предмета. Отсутствие мультимедиа снижает вовлеченность учащихся в процесс. ИКТ в обучении благоприятно влияют на развитие таких регулятивных умений, как

целеполагание, планирование, контроль, коррекция, оценка [1]. Студенты погружаются в познавательную деятельность, достигая отличных результатов в удовлетворении собственных интересов и достижении учебной задачи.

Хаммадиева З.Р.

Н. рук.: к. филол. н., доцент Кузьмина Е.К.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

АУДИРОВАНИЕ КАК ОДИН ИЗ ЭФФЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Наряду с основными навыками овладения языком, такими, как чтение, письмо и говорение, помогающими в развитии языковых навыков, аудирование также занимает важное место в обучении иностранным языкам. Значимым аспектом при аудировании является умение слушать, которое, в свою очередь, определяет уровень знания языка и способствует улучшению языковых способностей. Так как аудирование — это рецептивный навык, оно помогает достичь осознания языка. При помощи упражнений для аудирования обучающиеся осваивают такие нюансы языка, как ударение, звук, интонация, ритм. Овладение такими особенностями изучаемого языка помогает обрести уверенность и легче улучшать другие навыки.

При составлении упражнений для аудирования преподаватель может столкнуться с лингвистическими и операционными трудностями. В данном случае следует иметь в виду следующие принципы [1]:

- взаимодействие аудирования с другими типами речевых умений (чтением и письмом);
- взаимодействие говорения и аудирования в качестве двух видов устного общения;
- взаимодействие упражнений речевого, контролирующего и подготовительного характера, где от уровня языка и языковой подготовки обучающихся зависит последовательность их выполнения [2];
- постепенное повышение сложности заданий, от которых на разных

этапах обучения будет зависеть посильность выполнения упражнений.

Различения отдельных слов, узнавание их значений в процессе аудирования помогут достичь выборочного понимания. Однако, в данной ситуации не достигается умение соотносить эти слова с контекстом, следовательно, понимать содержание всего текста.

Упражнения, базированные на аудио- и видеоматериалах, направленные на выборочное понимание, могут содержать следующие задания:

- вставьте пропущенные слова в тексте;
- прослушайте текст и заполните таблицу;
- прослушайте текст и зафиксируйте ту или иную информацию.

Исходя из вышесказанного, можно отметить, что фрагментированное аудирование ставит перед собой задачу уметь в речевом потоке вычленять необходимую информацию среди ненужной. Примерами такой информации могут быть фразы, цифры, ключевые слова, определенные даты, имена собственные, важные детали. Умение выполнять информационный поиск согласно поставленной задаче является основным требованием данного вида аудирования.

Чугреев Д.В.

Н. рук.: к.п.н., доцент Баранова А.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ФИЛЬМЫ И СЕРИАЛЫ В ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

На сегодняшний день проблема изучения иностранного языка является наиболее актуальной и важной. Известно, что изучение иностранного языка по фильмам и сериалам приносит хороший результат. Поэтому мы решили углубиться в изучение данной темы.

Чтобы студентам было лучше воспринимать язык и речь на слух, необходимы наглядные примеры для восприятия и погружения в языковую среду. На наш взгляд, аудирование и упражнения из учебника могут быть

дополнены просмотром фильмов и сериалов.

Нами было проведено исследование среди студентов первых и вторых курсов очной формы обучения факультета «Менеджмента и инженерного бизнеса». Всего было опрошено 100 студентов. По результатам опроса: 63% студентов считают данный способ изучения языка интересным и эффективным, 62% применяли ли бы для собственного изучения языка, 67% высказались о хорошем усваивании информации при помощи данного метода и 57% студентов хотели бы, чтобы данный метод использовался в практике на занятиях.

Преимуществами данного метода являются:

- 1) вы обучаетесь и развиваетесь на занятии одновременно;
- 2) при просмотре фильма вы развиваете восприятие иностранной речи на слух, изучаете особенности речи и увеличиваете свой словарный запас;
- 3) благодаря фильмам и сериалам вы погружаетесь в культуру другой страны и изучаете её одновременно.

В заключение хочется сказать, что просмотр фильмов на английском языке – самый эффективный способ для того чтобы улучшить произношение, пополнить свой словарный запас и начать воспринимать речь на слух.

СЕКЦИЯ №14. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДУКЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Доловатенко А.И.

Н. рук.: ст. преподаватель Трофимова Т.П.

Нижекамский филиал КИУ

г. Нижнекамск, Россия

ОРГАНОЛЕПТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ТВОРОГА

Творог – это традиционный кисломолочный продукт белого или с кремовым оттенком цвета, не жидкий. Он обладает высокими пищевыми, а также лечебно-диетическими свойствами. Натуральный творог должен иметь чистый кисломолочный вкус и запах, однородную нежную консистенцию, равномерный белый цвет с кремовым оттенком.

Для того чтобы определить какой творог является натуральным было приобретено 5 пачек творога разных производителей: творог «Село зеленое» 5% (УР, Ижевск), творог «Чабан» 5% (КБР, Нальчик), творог «Молочная речка» 5% (РТ, Казань), творог «Очень важная корова» 5% (РТ, Чистополь), творог «Бэрэкэтле» 5% (РТ, Высокогорский район).

Сначала мы проверим творог по органолептическим показателям. Состав каждого образца идентичен. Вкус образца №1 (Село зеленое) кисломолочный с горчинкой; консистенция сухая, рыхлая; цвет кремовый. Вкус образца №2 (Чабан) сильно выраженный кисломолочный; консистенция не такая сухая как у образца №1; цвет белый. Вкус образца №3 (Молочная речка) кисломолочный с привкусом топленого молока; консистенция не сухая, умеренно отделяется влага; цвет кремовый. Вкус образца №4 (Очень важная корова) кисломолочный с приятным сливочным привкусом; консистенция нежная, пастообразная, выделяется влага; цвет кремовый. Вкус образца №5 (Бэрэкэтле) умеренно кисломолочный; консистенция рыхлая, содержание влаги минимальное; цвет кремовый.

Далее проверяем творог на содержание в нем крахмала. Для этого нужно

на творог капнуть каплю йода. Если творог потемнеет, приобретая синеватый оттенок, это верный признак содержания в нем крахмала. Ни один из образцов не потемнел, следовательно, можно сделать вывод, что производитель крахмал не добавлял.

После мы проверим творог на содержание в нем растительного жира и пальмового масла. Для этого необходимо нагреть творог в микроволновке, если творог настоящий, то он будет тянуться, а если нет, будет прилипать к рукам. Или опустить творог в горячую воду и перемешать, если при перемешивании он будет распадаться, это признак содержания в нем растительных жиров и пальмового масла.

Образцы творога №1, №3, №4 распались, на их поверхности была жирная пленка, также творог прилип к кружкам. Образцы творога №2 и №5 не распались, остались такими как были, жирной пленки на их поверхности не было.

Следующий этап – проверка творога на содержание в нем соды и мела. Для этого берем немного творога и разводим его в небольшом количестве воды, добавляя каплю уксуса или лимонного сока. У соды щелочная среда, поэтому она вступит в реакцию. Если появятся пузырьки, это признак добавления в творог соды и мела. При добавлении уксуса ни один из образцов не вступил в реакцию, пузырьков на поверхности не было.

Вывод: наилучшим из представленных образцов для потребления является образец №5 (Бэрэкэтле). Он хорош по органолептическим показателям, также в его составе нет крахмала, пальмовых масел, растительных жиров и соды.

Худшими были творог под №1 (Село зеленое) и №3 (Молочная речка), вкус с горчинкой и топлёный привкус были не очень приятны, так же в этих образцах содержится пальмовое масло и растительный жир.

Захарченко А.Ю.

Н. рук.: ст. преподаватель Трофимова Т.П.

Нижекамский филиал КИУ

г. Нижнекамск, Россия

ОРГАНОЛЕПТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА СМЕТАНЫ

Сметана – жидкий кисломолочный продукт белого цвета, густой консистенции, получаемый из сливок и закваски. По степени жирности варьируется от 10 до обычно 30 (реже 58) %.

Биологическая ценность сметаны обуславливается наличием полноценного молочного белка, содержащего незаменимые аминокислоты, легкоусвояемые жиры и молочные сахара, а также тем, что в процессе созревания и сквашивания образуются вещества, которые намного лучше усваиваются организмом человека, по сравнению с молочными продуктами. Сметана содержит ценные витамины: А, Е, В2, В12, С, РР, а также кальций, фосфор и железо, необходимые растущему организму.

Проведем органолептическую оценку качества сметаны, реализуемую на предприятиях торговли г. Нижнекамска. Для этого была приобретена сметана следующих производителей: «Вкусняево» (г. Елабуга), «Очень важная корова» (г. Зеленодольск), «Простоквашено» (Московская область), «Васькино счастье» (г. Зеленодольск), «Молочная речка» (г. Ижевск).

При покупке следует обратить внимание на упаковку, название, срок годности и дата производства. Следующее – это состав, в него должны входить нормализованные сливки, заменитель молочного жира, закваска.

Сметана должна быть однородной, густой массой с глянцевой поверхностью. Она должна пахнуть, как и прочие кисломолочные продукты – молоком, без посторонних запахов. Цвет – белый с кремовым оттенком, равномерный по всей массе. Излишняя чистота цвета, его идеальность – скорее недостаток, чем достоинство. При этом, сметана из жирных сливок имеет более мягкий, кремовый оттенок.

Настоящая сметана не должна подвергаться высокотемпературной

обработке – пастеризации, стерилизации. Если на упаковке есть аббревиатура УНТ – *Ultra High Temperature* – это значит, что перед вами сметанный продукт, в котором отсутствуют живые микроорганизмы. Кроме того, если в состав входят растительные масла и пищевые добавки, то это комбинированный продукт и он не имеет права называться «сметана».

У всех купленных сметан в названии присутствует слово «Сметана».

Определим качество сметаны с помощью небольшой капельки йода. При добавлении в некачественный продукт, йод провоцирует реакцию, при которой сметана начинает приобретать синеватый оттенок. Это обусловлено тем, что производители часто добавляют в молочные продукты довольно большое количество крахмала. Делается это для того, чтобы увеличить общую массу продукта. В итоге не одна сметана не поменяла цвет.

Если положить на горячее блюдо сметану, то качественная сметана начнет быстро таять. По итогу данного эксперимента только сметана под названием «Простоквашино» растаяла через продолжительное время.

Еще один метод для определения натуральности сметаны – для этого необходимо добавить чайную ложку продукта в стакан горячей воды. Качественный продукт моментально растворится. Появившийся осадок будет свидетельствовать о наличии в составе молочного продукта всевозможных искусственных ингредиентов. Итог опыта – «Вкусняево» имеет минимальный осадок, «Васькино счастье» имеет осадок, «Молочная речка» малый осадок.

Таким образом, лучшей сметаной оказалась «Очень важная корова», которую мы рекомендуем к покупке.

Игнатъев Р.В.

Н. рук.: ст. преподаватель Башкирова Т. В.

Нижекамский филиал КИУ

г. Нижнекамск, Россия

ОПРЕДЕЛЕНИЯ МАССОВОЙ ДОЛИ ШОКОЛАДНОЙ ГЛАЗУРИ В КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЯХ

Конфетами называют изделия, изготовленные на сахарной основе с добавлением различных видов сырья, вкусовых и ароматизирующих веществ. Эти изделия очень разнообразны по составу, форме, отделке и вкусу. Люди, покупая конфеты, не задумываются о том, соответствует ли массовая доля шоколадной глазури, нормативам которые прописаны в ГОСТ, не обманывает ли производитель потребителей, уменьшая тем самым вес глазури, заменяя его на помадную начинку. На эти вопросы можно ответить, проведя исследование.

Метод определения массовой доли основан на растворении шоколадной глазури растворителем (керосин). Для проведения исследования взяли конфеты «Ласточка» компании «Красный Октябрь». Качество изделия «Ласточка» должно соответствовать требованиям ГОСТ 4570-2014. Для пробы отобрали десять конфет, убрали этикетку и провели взвешивание. Чистый вес составил 149,7 грамм. Затем конфеты погрузили в емкость с растворителем (керосин). Выдержали 10 минут. После полного растворения глазури корпуса конфет извлекли из емкости, подсушили на воздухе и взвесили, масса составила 116,0 грамм. Массовую долю глазури вычислили по формуле:

$$X = ((m - m_1) * 100) / m = ((149,7 - 116,0) * 100) / 149,7 = 3370 / 149,7 = 22,5\%$$

где m – масса глазированных изделий, г;

m_1 – масса корпуса без глазури, г.

Согласно ГОСТ 4570-2014 массовая доля глазури должна составлять не менее 25% от общей массы изделия. Исходя из исследования, можно сделать вывод, что при изготовлении конфет «Ласточка», была нарушена технология приготовления, так как массовая доля глазури меньше нормы.

Колчина М. А.

Н. рук.: к.х.н., доцент Степанова Г.С.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

СОВРЕМЕННЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ УПАКОВКИ ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ

Современные инновационные технологии широко внедряются во все сферы нашей жизни. В общественном питании в частности и в пищевой индустрии в целом этот процесс затронул и такую область, как создание новых упаковочных материалов, позволяющих увеличивать срок хранения продукта, осуществлять доставку как на малые, так и на дальние расстояния.

Вот некоторые из этих технологий

- автоматическая фасовка салатов.
- технология обертывание в стрейч-пленку.
- применение термоусадочных тоннелей,
- применение вакуумных карусельных запайщиков и т.п.

Применяются также безопасные полимерные материалы для создания упаковки типа флоу-пак (позволяет видеть продукт и одновременно защищает его от света и попадания воздуха) и дой-пак (двуосноориентированная полипропиленовая пленка). Такие упаковки отличаются высокой барьерными свойствами по отношению к внешнему воздействию и инертностью к содержимому упаковки. А также пленки обладают повышенной прочностью к проколам и устойчивостью к истиранию. На такую упаковку хорошо наноситься маркировка и рекламная информация.

Вызывает также интерес к разработкам по созданию биоразлагаемой и даже съедобной упаковки на основе водорастворимых камедей, водорастворимых производных целлюлозы, рисовой бумаги и иных материалов.

Кричмар С.В.

Н. рук.: к.б.н., доцент Иванова А.Е.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ИЗУЧЕНИЕ ВОПРОСА ОПАСНОСТИ КАРТОФЕЛЬНЫХ ЧИПСОВ

Самый популярный вопрос в последнее время, который волнует современных людей на сегодняшний день – вредны ли картофельные чипсы? Врачи и диетологи советуют исключить данный продукт из рациона, ссылаясь на содержание в нем опасных для здоровья пищевых добавок.

Пищевые добавки содержатся во многих продуктах, которые продаются в магазинах. Они включают в себя и природные вещества, и специально вводимые в состав компоненты. Пищевые добавки, которые входят в состав продукта, обозначаются буквой Е с тремя цифрами.

С целью разобраться о наличии вредных и безвредных пищевых добавок в картофельных чипсах, нами было проведено исследование по изучению состава нескольких образцов данного продукта.

Для исследования были выбраны чипсы со вкусом краба следующих марок «Lays», «Snack», «5G». При изучении состава нами были выявлены следующие пищевые добавки: в чипсах марки «Snack»- краситель Е 160b, загуститель Е 1400 и усилители вкуса Е621, Е627, Е 631; в чипсах марки «Lays»- краситель Е 160с и усилитель вкуса Е621; чипсы марки «5G» - краситель Е 160b, Е170, антиокислитель Е 330 и усилители вкуса Е621, Е627, Е 631.

Результаты исследования не выявили наличие опасных для здоровья человека пищевых добавок. Пищевые добавки, входящие в состав всех изученных образцов не относятся к запрещенным добавкам.

Но, следует отметить, что влияние тех или иных добавок на организм человека зависит от количества потребляемых веществ и от индивидуальных особенностей организма. В свою очередь, безвредные пищевые добавки для одного человека оказываются опасными для другого.

Пантелеев Д.Э.

Н. рук.: ст. преподаватель Башкирова Т.В.

Нижекамский филиал КИУ

г. Нижнекамск, Россия

РАЗРАБОТКА ВИТАМИННОГО КОКТЕЙЛЯ ПО ТЕХНОЛОГИИ МОЛЕКУЛЯРНОЙ МИКСОЛОГИИ

Миксология – это новое направление в приготовлении коктейлей. Пример молекулярного коктейля – слоистый напиток. Из-за разной плотности слои не смешиваются, что выглядит достаточно необычно. Кроме того, коктейль, приготовленный из фруктов и ягод очень полезен для организма человека, из-за достаточного количества витаминов и минералов.

При проведении исследования были выбраны три вида фруктов: киви, банан, клубника. Чтобы правильно распределить слои, определили плотность этих продуктов. Для этого провели взвешивание и определили массу. Затем погрузили каждый фрукт в емкость с водой ($V=300\text{мл}^3$) и рассчитали разность, тем самым определили объем каждого. По формуле $\rho = m/V$, где ρ – плотность вещества (кг/м^3), m – масса продукта (кг), V – объем продукта (м^3) рассчитали плотность. Банан имеет самую высокую плотность из всех ($0,93\text{кг/м}^3$), затем киви ($0,88\text{кг/м}^3$) и клубника ($0,71\text{кг/м}^3$). Была разработана рецептура (брутто/нетто): банан (16,6г./10г.), киви (12,7г./10г.), клубника (11,8г./10г.), выход 30г. Все ингредиенты измельчили в блендере и разлили по слоям: банан, киви, клубника. Для выявления содержания минералов и витаминов, входящих в состав разработанного блюда, были проведены исследования по химическому составу продуктов: Na 5,4мг, K 80,9мг, Ca 8,8мг, P 8,5мг, Mg 8,5 мг, Fe 0,18 мг.

В ходе эксперимента был приготовлен молекулярный коктейль, державший свою форму, а также натуральный и полезный, так как мы готовили его своими руками и из продуктов, которые нам знакомы. После проведенных исследований пришли к выводу, что, слоистые коктейли очень легко сделать, их состав может быть совершенно разным, но наш получился питательным, вкусным, а самое главное полезным.

Попкова А.О.

Н. рук.: ст. преподаватель Трофимова Т.П.

Нижекамский филиал КИУ

г. Нижекамск, Россия

ОРГАНОЛЕПТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА СЛИВОЧНОГО МАСЛА

Сливочное масло – это молочный продукт, который изготавливают путём сепарирования или сбивания сливок, полученных из коровьего молока. Оно имеет высокое содержание молочного жира – от 50 до 82,5%. Сливочное масло является источником большого количества витаминов – А, В, С, D, Е и К, Омега-3 и Омега-6. Также содержатся ненасыщенные жиры, поддерживающие эластичность и тонус кровеносных сосудов.

В настоящее время в магазинах представлен огромный ассортимент сливочного масла, и понять, какое из них является качественным очень сложно. Для определения наиболее качества сливочного масла, было закуплено масло шести фирм: «Красная цена», «ИП Кравцова», «Вкусняев», «Агросила», «Азбука сыра», «Новошешминское».

Определим качество масла в домашних условиях. Самый простой способ проверки сливочного масла – это заморозить его, а после нарезать, не дожидаясь разморозки. Натуральное масло должно трескаться при разрезании, если же масло режется идеальными ломтиками и не трескается, то это подделка из растительных жиров. В итоге сливочное масло «Красная цена» и «ИП Кравцова» не прошли проверку.

Следующий способ – проверка горячей водой. Для этого необходимо поместить кусочек сливочного масла в горячую воду. Натуральный продукт начинает сразу же плавиться, равномерно окрашивает всю воду в молочный цвет, не образуя крупных хлопьев, а на поверхности образуется молочный жир. В результате эксперимента оказалось, что сливочное масло «ИП Кравцова» является фальсификатом.

У качественного сливочного масла должен быть желтовато-белый

оттенок, оно никогда не будет белоснежно-белого или слишком жёлтого цвета. Отличный способ узнать, не подмешаны ли в масло красители – это использовать нагретую до 60⁰С водку. Если водка после растворения в ней масла стала ярко-жёлтого цвета, значит, в сливочное масло были добавлены красители. По итогу проверки ни в одном из видов сливочного масла красители не были обнаружены. Также при помощи водки можно узнать, есть ли в сливочном масле пальмовое. Его наличие определяется по образовавшейся на поверхности плёнки жира. Поверхность молочного жира будет ровная, а деформации будут свидетельствовать о присутствии растительных примесей. В ходе проверки выяснилось, что в масле «ИП Кравцова» присутствуют растительные жиры.

Ещё один способ проверки сливочного масла – это нагрев продукта на сковороде. При нагревании натурального сливочного масла, оно быстро плавится без шипения и гари, подделка же наоборот шипит, образуется гарь и неприятный запах. Проверку не прошло сливочное масло «ИП Кравцова».

По итогу всех проверок оказалось, что масло производителя «ИП Кравцова» не соответствует составу и является фальсификатом, а это значит, что покупать его не следует. Наиболее качественными сливочными маслами оказались масла следующих производителей: «Вкусняев», «Агросила», «Азбука сыра» и «Новошешминское».

Сафиуллина З.З.

Н. рук.: к.т.н., доцент Гематдинова В.М.

Казанский национальный исследовательский технологический университет

г. Казань, Россия

ДИЕТИЧЕСКОЕ ПИТАНИЕ ДОШКОЛЬНИКА

Диетическое (лечебное) питание является одним из важных профилактических и лечебных средств, сохраняющим и укрепляющим здоровье населения.

В диетическом питании активно применяют различные механические и

химические щадящие диеты, цель которых облегчить функционирование поврежденных органов и систем, нарушенных процессов обмена веществ, а также способствовать восстановительным процессам. Для правильного выбора продуктов и способов кулинарной обработки необходимо знать их химический состав.

Незаменимость и особая ценность мяса рыбы в детском, лечебном и диетическом питании определяется их хорошо сбалансированным химическим составом. Мясо рыбы, прежде всего, источники полноценного белка, который отличается по свойствам от белков мяса животных. Основное отличие в их лучшей перевариваемости ферментами желудочно-кишечного тракта человека, а значит высокой степени усвояемости (до 98%). Мясо рыб практически не содержит грубой соединительной ткани. В нем много полноценных белков мышечной ткани, которые, при воздействии на пищеварительные железы, способствуют выделению большого количества пищеварительного сока. Поэтому мясо рыбы быстро переваривается за 2,5–3 часа. Вот почему рыба рекомендуется как неотъемлемая составная часть рациона питания детей, пожилых людей, людей, с различными заболеваниями, и здоровых тоже.

Степень пользы рыбы зависит от сорта и жирности продукта, места и времени ловли. Условно все сорта рыбы можно разделить на жирные, среднежирные и маложирные.

В диетическом и лечебном питании преимущественно используется тощая и среднежирная рыба — судак, щука, карп, лещ, минтай, путассу, хек, окунь морской, треска, ставрида, сом и др., большинство из которой доступна населению нашего региона, а также добывается здесь. Ввиду того, что жиры рыб легкоплавкие, они перевариваются и усваиваются организмом человека гораздо лучше, чем жиры говядины и свинины. Особая необходимость рыбьих жиров в питании человека определяется находящимися в их составе жирорастворимыми витаминами А, D, E, жироподобными веществами (фосфатиды, стерины и стероиды), биологически активными полиненасыщенными жирными кислотами (витамин F).

Использование в питании мяса рыбы как источника белка способствует нормальному росту и умственному развитию детей, процессов кроветворения, обмена жиров и витаминов, а также повышению сопротивляемости организма к инфекциям, простудам и некоторым другим заболеваниям.

Часто маленькие дети упорно не хотят есть рыбу в жареном, вареном, запеченном виде. Чтобы приучить ребенка к этому необходимому для роста и развития продукту, можно предложить ему обычную с виду котлетку или тефтели из рыбы. Котлеты, «ежики», тефтели, особенно с соусом, идут «на ура» у всех детей, так как это привычные для ребенка формы и полезное для здоровья содержание. Также для ассортимента рыбной продукции, можно предложить интерактивный вариант в употреблении диетической пищи, как для дошколятам, так и подрастающему поколению приготовление натуральных рыбных хлебцов. Технологическая рецептура рыбных хлебцов входит рыба: горбуша, креветочная и филе рыбное дори, шпинат, баклажаны, лук репчатый, масло растительное, яйцо, крахмал картофельный, поваренная соль и специи. Технология приготовления хлебцов рыбных натуральных включает подготовку сырья, приготовление рыбной массы, формование, запекание и охлаждение. Для приготовления рыбной массы, часть рыбы измельчают на мясорубке в два – три раза, остальное нарезают мелкими кусочками. Затем в массу добавляют остальные продукты. Хлебные рыбные натуральные содержат 80% рыбы, растительные продукты хорошо сочетаются с рыбой, снижают рыбный запах. В хлебцах хорошо сбалансированы белки и жиры, углеводы. В среднем содержится: белков – 16,21-16,6 г; жиров 5,08-9,3 г; углеводов 4,81-7,1 г; энергетическая ценность 131-177 ккал/100 г продукта. Хлебцы рекомендованы в рациональном и здоровом питании.

Значение рыбы в питании человека действительно огромно. Считаю, что тема работы актуальна, так как имеет практическое значение при разработке меню и ассортимента блюд для диетического питания взрослых и детей.

Скоробагатько В.С.

Н. рук.: ст. преподаватель Родникова Л.Ф.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

НЕОБХОДИМОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Рынок общественного питания неумолимо растет, а вместе с ним растет необходимость поддержания конкурентоспособности предприятия. Дабы устранить риски финансово-экономического краха необходимо провести анализ деятельности предприятия.

Во время изучения аналитической информации формируются и принимаются верные управленческие решения, т.е. комплексный экономический анализ предприятия – это подготовка информации аналитического характера с целью полного обоснования и оптимизации управленческих решений. Внедрение обязательного экономического анализа предприятий питания для поддержания и развития хозяйственно-экономической сферы деятельности человека является основной целью.

Фокусировка внимания на проблемные этапы деятельности предприятия позволит сделать его более конкурентоспособным на рынке общественного питания. Для определения проблем необходимо провести повседневный экономический анализ предприятия, который позволит выявить:

- факторы, которые формируют отклонения фактических результативных показателей от плановых;
- причины возникновения этих факторов;
- внутренние ресурсные резервы предприятия;
- недостатки в контроле и администрировании хозяйственно-финансовой деятельности предприятия.

После определения проблем происходит переход к следующему этапу – выявление путей их решения, которые приведут к улучшению финансово-экономического положения предприятия на рынке.

Таким образом, внедрение обязательного и регулярного экономического анализа предприятий общественного питания способствует поддержанию и развитию хозяйственно-экономической сферы деятельности человека.

Шакирова К.Р.

Н. рук.: к.т.н., доцент Гематдинова В.М.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

КОМПЛЕКСНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЯСНОГО СЫРЬЯ ИЗ КРУПНОГО РОГАТОГО СКОТА

На эволюционное развитие человека оказывает особое влияние питание и исторически сформировавшиеся пищевые вкусовые привычки. Продукты питания является источником существования человека, и главным фактором, определяющим влияние на работоспособность, долголетие и самочувствие человека. В современном мире все больше и больше внимание уделяют знаниям, полученным исследователями в области «мясной науки», «инженерной технологии» и «технологии общественного питания», приготовить блюдо в домашних условиях таким образом, чтобы – это было полезно и вкусно.

Употребление свежей, здоровой и питательной пищи играет решающую роль в поддержании здоровья людей. Термин «сбалансированное питание» приобрел огромную популярность во всем мире благодаря растущей осведомленности широких масс населения планеты о методах поддержания здоровья. Сбалансированное питание обеспечивает поступление всех необходимых питательных веществ в организм человека, которые необходимы человеку для выполнения повседневных жизненных функций. В этом случае осведомленность о химическом составе продуктов питания становится весьма важной информацией для составления сбалансированного питания, что в свою очередь, обеспечивает поддержание состояние здоровья людей. Химический состав относится к всеобъемлющему набору информации о жизненно важных

веществах пищи для человека и определяет ее энергетическую ценность.

Питательные вещества - это компоненты пищи необходимые для поддержания жизнедеятельности человека, в том числе макро- и микроэлементы. Макронутриенты - это те компоненты пищи, которые требуются организму человека в больших количествах, и к ним относятся белки, жиры и углеводы, которые требуются организму в большом количестве. Микронутриенты - витамины, минеральные вещества и клетчатка нужны человеку в небольших количествах. Сбалансированное соотношение в питании человека макро- и микронутриентов обеспечивается сырьем, из которого изготавливаются продукты питания, включая мясо, крупяные изделия, молоко, фрукты и овощи. При этом мясо занимает ключевое место, так как удовлетворяет большую часть потребностей человека в белке. Используют мясо различных домашних животных, включая говядину, баранину, ягненка, курицу, рыбу и т.д. Каждый вид мяса имеет свою собственную питательную ценность при этом с небольшими различиями в его химическом составе. Подробная информация о его питательном составе приведена ниже.

В холодное время года с октября по март месяц население нуждается в ежедневном употреблении красного мяса, как источника энергии и белков как строительного материала для формирования тканей организма и поддержание мышечной массы. Мясо из крупного рогатого скота является самым важным и также уникальным биологическим материалом, который потребляется человеком. Отсюда следует, что красное мясо источник полноценного белка, коллагена, эластина и незаменимых аминокислот, а также витаминов группы А, В, экстрактивных веществ и микроэлементов (цинк, железа, селен, фосфор). В охлажденном мясном продукте содержание протеина около (19,0-24,0) %, напору и отварном (18,0-23,0) %, в жареном виде источник белка уменьшается в несколько раз (10,0-13,0) %, также среднее значение белка варьируется от меньшего к большому значению в зависимости от типа и категории упитанности мяса. Мясной продукт хорошо усваиваться в отварном и в запеченном виде в сочетании с овощами.

Жировая ткань мяса содержит полиненасыщенные жирные кислоты от 8 до 20 %. В зависимости от соотношения в жире предельных и непредельных жирных кислот зависит и его температура плавления. Температура плавления говяжьего жира от 41,5 до 55,0 °С, температура застывания от 34,0 до 38,0 °С. После термической обработки говяжий жир приобретает оттенок от бледно-желтого до желтого, содержание воды 0,3 %, а самого жира 99,7 %. Энергетическая ценность по химическому составу топленого жира составляет 897 ккал в 100 г. В состав животных топленых жиров входят стеариновая, пальмитиновая, олеиновая, линолевая, арахидоновая жирные кислоты, также витамины А, Е, холестерин, фосфатиды и другие вещества. Топленый жир животного происхождения используется в пищевой промышленности в производстве колбасных изделий, мясных консервах и сдобных изделиям, полуфабрикатов котлетной массы, продуктов детского питания на молочной основе, производстве антибиотиков и др. Пищевые топленые жиры служат сырьем для производства моно- и диглицерида, применяемых в качестве эмульгаторов и стабилизаторов в пищевой промышленности.

Имеющаяся информация о топленом жире должна учитываться при разработке полуфабрикатов из мясного сырья при этом технология должна включать технологическое решение по безотходному использованию топленого жира.

Следует отметить, что потребление мяса в сбалансированных пропорциях должно осуществляться в соответствии с предписаниями диетолога и практикующих врачей. При этом необходимо учитывать, что минералы и витамины, включая цинк, железо, селен, натрий, медь, магний, кальций, калий, фосфор и витамин А, наряду с достаточным количеством витаминов группы В, считаются важными компонентами мяса, которые, соответственно, полезны для общего состояния здоровья человека.

Шапиро В.М.

Н. рук.: ст. преподаватель Карпеева А.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОРГАНИЗАЦИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В РЕСТОРАНЕ

Дополнительные услуги являются непременной составляющей деятельности любого ресторана.

Рестораны относятся к заведениям индустрии питания. Им присущи не только общие функции, характерные для этих заведений, такие как производство, реализация и организация потребления продукции питания, но и специфические: 1. предоставление продукции и услуг высокого качества по ценам, соответствующие классу ресторана; 2. предоставление дополнительных сопутствующих услуг: доставка, сервисные услуги, организация мероприятий и пр.

При выборе дополнительных услуг необходимо руководствоваться стратегией и делать так, чтобы гости могли получить максимальное количество услуг именно в данном заведении. Если это условие будет выполнено, безусловно, проходимость будет увеличена.

Первым делом необходимо исследовать предпочтения посетителей и сопоставить основные и дополнительные услуги, специфику их оказания. Последние должны являться естественным продолжением основных услуг. Например, по реализации и организации потребления продукции и услуг (кейтеринг), по созданию удобств для потребителей (хранение вещей, заказ такси), по организации досуга (фуршет).

Таким образом, организация дополнительных услуг в ресторане – это сложный многогранный процесс, который всесторонне раскрывает концепцию предприятия питания и будет пользоваться большим спросом у гостей.

СЕКЦИЯ №15. ДИЗАЙН

Абдульязнов А.А., Афанасьев Т.В., Расаев Д.А.

Н. рук.: к.п.н., доцент Мухутдинов Р.Ф.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

КОЛЛАЖ КАК СРЕДСТВО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ЗАМЫСЛА И КОМПОЗИЦИОННОГО РЕШЕНИЯ УЧЕБНОГО ЗАДАНИЯ

Коллаж является особой техникой представления работы, которая помогает дизайнеру визуализировать свои идеи, используя различные материалы в виде газетных вырезок, фотографий, а также применение классической графики с использованием акварельных и гуашевых красок, пастели, включение шрифтовой композиции. В современном мире в приоритете компьютерные программы и соответственно компьютерная графика, и композиция, однако ручной коллаж по-прежнему актуален благодаря хорошей наглядности и относительной простоте в создании. Применение разнообразных материалов и техник позволяют дизайнеру более четко выразить свою идею, детализировать её и воплотить свой замысел на бумаге.

Коллаж, как направление современного искусства возник относительно недавно, и он отражает темп жизни в крупных мегаполисах, постепенно обретая самостоятельный художественный облик, который и сейчас постоянно развивается. Понимание техники коллажа может по-новому раскрыть специфику и свойства вещей, так как при создании коллажа используют самые разнообразные материалы, предметы и графические техники. В рамках учебной деятельности по предмету пропедевтика для дизайнеров мы выполнили практическое задание по созданию коллажа на тему «Я и мой университет», где была сформирована основная идея – выразить первые впечатления о вузе с помощью простых и понятных форм, запоминающихся образов. Так, например, композиционно и цветом была выделена надпись КИУ, которая и является

композиционным центром для всей работы. Вокруг же, запечатлены все наши эмоции и интересные моменты, связанные с разными гранями студенческой жизни. Это общежитие, учебные корпуса университета, учебный процесс, и домашняя работа, как тяжелый выбор между трудом и ленью. Все эти образы смотрятся вместе достаточно гармонично благодаря отсутствию тёмного фона, так как светлое пространство символизирует новый этап в жизни первокурсника, ведь всё окружение человека постоянно меняется и многие новые составляющие приходят в жизнь студента, и очень важно, как и чем будет заполнено это свободное пространство.

Благодаря выполнению данного учебного задания мы не только научились объединять разные фактуры, текстуры и материалы в единое композиционное целое, но и оформлять свою работу на большом формате. Также, работа в технике коллаж позволяет избегать такого феномена как «боязнь чистого листа», так как объём используемых материалов сразу же даёт множество идей о том, как и что, расположить на листе. Несмотря на многие трудности, возникшие в ходе работы, мы довольны ей. Сохранив на листе яркие цвета и смешные образы, мы воплотили неподдельную детскую радость и оптимизм, что для нас и было главной целью.

Атакова И.Р., Яманова Д.В.

Н. рук.: к.п.н., доцент Мухутдинов Р.Ф.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ГРАФИЧЕСКИЙ ПЛАКАТ, ЕГО ХУДОЖЕСТВЕННО- КОМПОЗИЦИОННОЕ РЕШЕНИЕ И СПОСОБЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКОЙ ИДЕИ

В этой статье поговорим о плакате - универсальном и классическом инструменте рекламы и декора, о плакате как об отдельном произведении искусства. И поговорим о его создании. Как создать его самостоятельно и что для этого нужно?

Плакат это не только красивые изображения знаменитостей, которые в детстве все клеили на стены. В широком смысле, плакат - броское изображение с кратким текстом, выполненное в агитационных, рекламных или учебных целях.

Плакат - разновидность графики, броское визуальное сообщение в виде изображения с текстом или без него на листе бумаги, предназначенное зрителю для выводов и конкретных действий, это печатное графическое изделие крупных размеров, которое содержит важную информацию. Часто в содержание плаката входят, как изображения, так и текст. Плакаты эффективно передают некую информацию, поэтому часто применяются в информационных и рекламных целях, а также применяются и в учебе. Применение плакатов в учебе делается для того, чтобы иллюстрировать какие-то темы, привлечь внимание и интерес учащихся, и соответственно повысить результаты успеваемости в процессе учебы.

Создание хорошего плаката - серьезное и сложное дело, в котором заложена работа верстальщиков, дизайнеров, маркетологов. Он должен быть продуманным, запоминающимся, ярким, броским, оригинальным, приковывать внимание. Информация на нем должна адресно доходить до той целевой аудитории, которой он предназначен.

Создать яркое и цепляющее изображение с выразительным и запоминающимся текстом - задача простая только на первый взгляд. Главная цель графического материала - привлечь внимание, вызвать любопытство. В качестве ай-стопера, может выступать нестандартный образ или яркая картинка.

Заголовок не обязателен, но в большинстве случаев он не мешает. Как и картинка, он должен привлекать внимание, а значит - читаться на расстоянии.

В качестве заголовка может выступать название рекламной акции, название продукта, сообщение о распродаже. В нашем же случае аббревиатура университета.

С чего же началась работа над созданием самого плаката:

1. Первым делом мы подготовили все необходимое для работы: журналы, фотографии, кусочки газет и, конечно же, канцелярские принадлежности, такие как клей, маркеры, скотч и т.д.

2. После просмотра журналов мы вырезали все подходящие по тематике фрагменты, параллельно придумывая концепцию плаката и расположение объектов на нем.

3. Начали создание с рамки, которая как бы предавала всему концепту целостности.

4. Позднее выделив центр аббревиатурой и вырезкой отдельных эпизодов, распредели остальные вырезки по углам, каждый из которых имел свою концепцию.

5. Так же была поставлена задача вписать в плакат объёмные фигуры, выполненные вручную из плотной бумаги.

6. Последним этапом стало заполнение пробелов деталями, которые должны были соединять все воедино. Такими деталями стали полосы, выполненные маркерами.

Подводя итоги можно сказать точно, что работа была очень интересная. В ходе создания плаката мы научились не только создавать с использованием различных материалов привлекательную глазу картину, но и рассказать, как формировался наш творческий замысел. Во время работы над плакатом возникало немало вопросов, таких как: - что мы хотим донести?; - как это сделать?; - как расположить объекты, чтобы зритель заинтересовался плакатом? Мы считаем, что задуманная идея была воплощена в полном объеме, однако в некоторых моментах нам недоставало отдельных материалов, из-за чего, пожалуй, не все было реализовано, как изначально задумывалось, но, тем не менее, работой мы остались довольны.

Бариева Р.Р., Сибишова Л.Ф., Фризен Е.Д.

Н. рук.: к.п.н., доцент Мухутдинов Р.Ф.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

КОЛЛАЖ КАК СРЕДСТВО ВОПЛОЩЕНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ЗАМЫСЛА И РЕШЕНИЯ УЧЕБНОГО ЗАДАНИЯ

Материальная культура представляет собой основу предметно-пространственного окружения человека, где разворачивается дизайнерская деятельность по эстетическому ее освоению. Успешность в дизайне определяется нестандартным мышлением. Процесс создания предполагает синтез фантазии, логики, при котором будущая работа представляет собой конкретную идею относительно способа воплощения с помощью художественных средств, нацеленных на создание определенного эффекта.

В современном изобразительном искусстве коллаж является одним из средств представления художественного замысла. С его помощью можно создать графическую, декоративную работу путем соединения предметов и материалов, разных по форме, цвету и фактуре. Этимология слова так и говорит о его назначении — наклеивании, комбинации элементов. Столкновение в композиции различных сочетаний дает возможность полностью раскрыть работу как художественное произведение. Суть же заключается в эмоционально-образном и быстром воплощении идеи. Создание коллажа невозможно без идеи, композиционного плана и осознанного подбора материальных фактур. Основная работа проходит в период наблюдений, обдумывания содержания, палитры, формы, света. Так образовывается идейно-тематическая основа будущего произведения, содержание темы обретает свои конкретные рамки в сюжете.

В учебном процессе по дисциплине «Пропедевтика» было получено задание на воплощение собственных мыслей об обучении в КИУ. Целью работы было сплочение небольших групп студентов, которые посредством проб и ошибок находили пути составления композиции из разных материалов.

Задачей же стала установка взаимосвязи между разными компонентами проекта.

К работе над коллажем наша команда подошла ответственно. Был произведен многоэтапный подбор задумки, материалов и оттенков таким образом, чтобы вся картина в конечном итоге заставляла зрителя задуматься об идее и ее воплощении. Для того чтобы выполнить поставленную учебную задачу наша группа решила прийти к теме, близкой многим студентам — новому этапу в жизни, связанному с университетом. Коллаж же стал отличным средством воплощения художественного замысла. Работа была поделена на разные композиционные центры, трактующие переход от одного состояния к другому. Так, страх перед новым постепенно исчезает по мере погружения в ту сферу, которая близка студенту. В нашем случае мы выбрали наше направление — медиадизайн. Духовная удовлетворенность и вовлеченность в учебный процесс на нашей работе показана в виде цветовых акцентов, часть из которых представлена в виде красок. Гармоничное комбинирование различных материалов, применение графики и возможности коллажа помогли нам достичь должной интерпретации нашей идеи.

Таким образом, польза коллажа заключается не только в виде средства представления художественного замысла, но и композиционного решения учебного задания, в котором мы применяли полученные знания, дополняя их в ходе работы. Также эта работа заставила нас самих испытать множество эмоций, задуматься над проделанным путем по практическому воплощению идеи. Мы научились прислушиваться к мнению друг друга, принимать различные взгляды на одну композицию и приходить к единому гармоничному решению, так как в самом начале работы это вызывало у нас трудности. Однако со временем наша команда сплотилась и стала, заинтересована в комбинировании различных идей и материалов в одной работе.

Баткова О. С.

Н. рук.: ст. преподаватель Асадуллина Э. Т.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПРОЕКТ СУВЕНИРНОГО ПАВИЛЬОНА ДЛЯ СТАРО-ТАТАРСКОЙ СЛОБОДЫ Г.КАЗАНИ

Прогуливаясь по улицам древней татарской слободы, объединенной в уникальный историко-архитектурный ансамбль, туристы могут прикоснуться к самобытной истории, культуре и быту местного татарского населения, увидеть типичные мусульманские храмы - мечети, купеческие дворцы из дерева и камня, которые сохранились здесь с 19 века, и во всю силу почувствовать колорит и национальный дух мусульманской части Казани.

Знакомство туристов с достопримечательностями Старо-Татарской слободы обычно начинается с набережной озера Кабан, ставшего сегодня одним из популярных культурно-развлекательных мест Казани. Здесь находится Татарский драматический театр. Г. Камала, отсюда открывается прекрасный вид на панораму оригинальной застройки Старо-Татарской слободы.

Начать прогулку по этому невероятному музейному комплексу под открытым небом лучше всего с улицы Марджани, расположенной сразу за зданием театра. Эта улица с сохранившимися и отреставрированными зданиями типичной татарской архитектуры тянется вдоль берега озера Кабан, именно в этой части слободы мною было принято решение создать малую архитектурную форму.

Основной задачей данной работы стала разработка удобной для посещения, актуальной в данном историческом центре малой архитектурной формы – сувенирного павильона, которая идеально войдет в местный колорит, но при этом будет выполнена из современных материалов и будет экологична.

Исходя из национального архитектурно-художественного оформления и традиций татарского народа, был разработан эскиз малой архитектурной формы

– павильона, за основу формы вида сверху которого был взят цветок тюльпана, который считается распространенным элементом традиционного татарского орнамента и культуры в целом. В данном объекте планируется продажа татарских сувениров.

В связи с трафиком туристов, данное место будет пользоваться популярностью, из-за чего было разработано благоустройство территории вокруг проектированного объекта – поставлены скамьи для отдыха и качели. По периметру территории развешены гирлянды, что сделает место более привлекательным в вечернее время суток. Так как малая архитектурная форма стоит на пирсе над водой, было принято решение оградить пирс по периметру, дабы избежать несчастных случаев.

Таким образом, разработанный павильон делает среду туриста комфортной. В проекте я учла историю места, концепцию возможного бизнеса и трафик туристов.

Гарькина А.А.

Н. рук.: ст. преподаватель Раузеев И.З.

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

АДАПТАЦИЯ ИСТОРИЧЕСКИХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЗДАНИЙ ПОД ОБЩЕСТВЕННЫЕ ФУНКЦИИ

Реновация зданий – это актуальный тренд. Процесс, который приобрел определение реновация зданий охватывает исполнение единого комплекса взаимозависимых строительных работ, куда вмещается целая реконструкция объектов и их последующая адаптация под какие-либо функции: общественные и жилые.

В целях рассмотрения имеющихся вариантов использования здания разрабатывается архитектурная концепция для реновации здания. Для каждого объекта продумывается личная концепция по реконструкции и несколько увлекательных сценариев применения данной территории. Реновация

подразумевает полнейшую модернизацию зданий и прилегающей территории.

Существует ряд причин сохранения промышленных объектов. Условно их можно разделить на рациональные и эмоциональные. Рациональные причины – удовлетворительное состояние несущих конструкций, благоприятные для размещения новой функции объемно-пространственные характеристики бывших фабрик, в том числе для жилья, пониженный уровень затрат при реконструкции промышленного здания. Эмоциональные причины: опасность утраты зданий, несущих память места городского ландшафта.

Цель политики применения бывших промышленных территорий — верный баланс между сохранением и модификацией: со слишком большими преобразованиями будет утерян городской характер, в то же время без изменений города будут проживать стагнацию. Совершенный баланс приведет к городскому разнообразию. Впрочем, как уже было произнесено выше: лишь комплексная реновация зон неиспользуемых индустриальных зданий может решить вопросы функционально пустых зон. Районы, в коих находятся объекты под реновацию — промзоны, в некоторых цехах которых все еще идет производство. Реновация этих территорий под жилье возможна лишь при подходе, предусматривающем полное выведение производства и устранение санитарных зон.

Дьяконенко В.К.

Н. рук.: к.э.н., доцент Осипов Д.В.

Нижекамский филиал КИУ

г. Нижнекамск, Россия

К ВОПРОСУ О РОЛИ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Дизайн как явление – это показатель прогресса идей и технологий. Дизайн всегда любит изменяться. Раньше достаточно было большой вывески и ярких ламп, а сегодня это не просто недостаточно, а слишком мало, чтобы люди привлекли внимание к «обложке».

Любой бренд всегда стремится, чтобы логотип был либо в ногу с модой, либо создавал моду. Так как история циклична люди приходят к тому, от чего уже уходили. Сейчас самый распространённый жанр – минимализм. Простота красок и общего вида, но самое главное, чтобы была вся необходимая информация.

Графический дизайн – это современное решение по завлечению людей. Это может быть, как реклама, оформление сайтов, вид социальных сетей или мессенджеров.

Для грамотного графического дизайна нужно лишь понимание, как человек воспринимает информацию. Для примера реклама «Yota». Когда всегда реклама шумная и люди не смотрят на неё в данный момент, компания по сотовой связи решила стратегически привлечь всех посмотреть на телевизор. Ведь в их рекламе просто не было звука. Поэтому требуется четкое представление, как человек должен заинтересоваться тем или иным продуктом.

Графический дизайн – практически самое важное условие в современном мире маркетинга. Познание мира через глаза самое первое, что мы делаем. Поэтому дизайн должен быть максимально привлекающим, запоминающимся и структурно верным.

Если человечество не придавало столько внимания к дизайну. У нас не были такие потребности к стильным вещам, гармоничности и симметричности новых машин, к революционным взглядам на архитектуру.

Евлампиева И.Ю.

Н. рук.: доцент Титова Е.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ТЕХНИКА ПАСТЕЛЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ДИЗАЙНЕРА

Художественная техника пастель помогает замыслы дизайнера перенести на бумагу. Таким образом, можно сделать зарисовку будущего интерьера,

ландшафтного пространства, а также данная техника поможет в создании элементов декора, например, можно написать картину, которая украсит интерьер.

Следует подходить ответственно при создании отдельных элементов декора. Например, прежде, чем написать картину необходимо определиться с жанром, стилем, колористикой. Одним из важных моментов является изучение вкусов, предпочтений, пожеланий клиентов, которые впоследствии будут находиться в данном пространстве.

При данной технике используется очень практичный материал для дизайнера. Пастель является мягким, податливым, удобным при переноске, занимает мало места.

Одним из достоинств художественной техники является достаточно демократичная цена на используемый материал. Пастель относится к среднему ценовому сегменту.

Пастель не сложна в использовании. Данной художественной техникой может с легкостью овладеть как опытный дизайнер, так и новичок в этой области.

При многих положительных моментах художественная техника пастель приятна для восприятия, современна, с каждым днем приобретает все большее количество любителей данного материала.

Золотухина С.А.

Н. рук.: преподаватель Шухратова Л.Ш.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

КОНЦЕПЦИЯ МУЗЕЯ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ КАК ТИПОЛОГИЧЕСКАЯ ИННОВАЦИЯ В ИСКУССТВЕ

Используя новые методы, искусство формирует модное и привлекательное пространство для посетителей. У виртуального искусства нет границ. Поскольку сегодня главным собирателем и хранителем искусства по-

прежнему остаётся музей, то и он оказался вовлечённым в мир новых технологий.

Виртуальный музей представляет собой цифровую сущность, которая опирается на характеристики музея, чтобы улучшить или дополнить музейный опыт за счет персонализации, интерактивности и богатства контента. Очевидно, что виртуальный музей не может рассматриваться как альтернатива реальному музею, но он становится ценным инструментом для партнерства с традиционными институтами, выполняя их образовательные и разъяснительные функции, особенно в современных реалиях.

Тема внедрения новых технологий в искусство становится актуальнее с каждым днем и методы, которыми пользуется данный вид музея, полностью удовлетворяют эти тенденции. Музей виртуальной реальности обладает такими преимуществами, как: доступное посещение музея людьми с ограниченными возможностями здоровья, популяризация истории среди посетителей всех возрастов, привлечение новых посетителей за счет использования разнообразных технических методов, что помогает ему быть актуальнее физического музея.

Ильинов П.А.

Н. рук.: преподаватель Шухратова Л.Ш.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

РАЗРАБОТКА МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ ПРАВИЛЬНОГО ПИТАНИЯ: ВОПРОСЫ АКТУАЛЬНОСТИ

Правильное питание, это история не о страдании, мученичестве, голодании и отказе от вкусных, привычных для всех блюд. Скорее это об употреблении самых разнообразных продуктов в том количестве, которое необходимо для организма. Человек является здоровым и энергичным только тогда, когда будет получать все питательные и полезные вещества с пищей.

Современный мир претерпел очень сильные изменения, не стало

исключением и питание. Во-первых, изменился темп жизни, все перешло на ускоренный формат нашего быта, за частую, физически нет времени встать у плиты и приготовить полезную пищу, с содержанием всех необходимых благоприятных элементов, для нормального функционирования организма, так же не стоит забывать, что достаточно много времени занимает изучение того, что будет полезно организму. Следовательно, наша жизнь строится на сплошных перекусах на бегу или в перерыве между срочными делами. В такие моменты человеку необходим помощник, который бы сопровождал его по дороге правильного и здорового образа жизни.

Таким образом, разработка мобильного приложения по правильному питанию, становится актуальной темой на сегодняшний день, являясь путеводителем и верным спутником человека. Во-первых, оно всегда будет рядом, не нужно тратить своё время на поиск знаний, знания будут в кармане. Во - вторых, оно будет содержать различные, несложные рецепты по дням и неделям. И в - третьих, как приятное дополнение, можно будет узнать, какие полезные свойства содержатся в тех, или иных фруктах, овощах.

Киреева А.Н.

Н. рук.: к.п.н., доцент Мухутдинов Р.Ф.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

КОЛЛАЖ КАК СРЕДСТВО СМЕШЕНИЯ ОБЩЕПРИНЯТОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ ИСКУССТВА И СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА КОНЦЕПТУАЛИЗМА

Иногда старые общеизвестные картины заслоняют обзор на современное искусство и более новые взгляды на красоту. Какие бы произведения искусства не создавали наши современники, они подвержены сравнению с шедеврами. Восприятие классики - это нечто общепринятое столетиями, оно несло в себе стремление передать реальность современности. С появлением фотографии многое изменилось, стало проще запечатлеть момент, в мире искусства все

перевернулось, и появился импрессионизм. Данное направление заключало в себя передачу ощущения реальности мира, его динамику. Началась эпоха модернизма, зарождались новые течения.

Если говорить о нашей современности, то искусство отражает действительность и чувства, которые испытывает художник. Многие люди остро воспринимают новое, не понимают смысла и в целом, поверхностное познание творчества порождает отрицание.

В коллаже мы смогли совместить фрагмент всемирно известной картины Ван Гога «Звездная ночь» с элементами собственной концепции. Звездная ночь отождествляет себя как образ вселенной, небесные светила ассоциируются с божественным светом и просветлением. Небо, как акцент коллажа, показывает власть над окружающим миром, смотря на эти вихри мы ощущаем некое безумие, также и мы, будущие студенты погружаемся в незнакомый нам мир и чувствуем волнение.

Надпись «дизайнер? - сочувствую!» несёт в себе смысл того, что профессия, которую мы осваиваем не такая простая, как многим кажется. В современном мире творческая личность порождается критике, общество считает это бездельничеством и профессией, которая не приносит пользы для окружающего мира.

Панельки - это отражение неизвестности, так и перед будущим студентом возникает уйма вопросов. Как я буду жить? С кем я буду общаться? Как я проявлю себя в новом окружении? И главный вопрос: «Кем я стану?».

Немаловажно, что наш коллаж создаёт поэтический образ, он наполнен экспрессией, несёт в себе стремление вызвать эмоции, желание понять смысл картины. Данной работой мы стремились в первую очередь передать собственное эмоциональное восприятие и соединить фрагмент шедевра изобразительного искусства с личными переживаниями.

Мацкевич П. А., Юнусов К.Р.

Н. рук.: ст. преподаватель: Асадуллина Э.Т.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ЭСКИЗНЫЙ ПРОЕКТ ДИЗАЙН ИНТЕРЬЕРА СТУДЕНЧЕСКОГО КАФЕ КИУ В ГОРОДЕ АЛЬМЕТЬЕВСК

Для нормального функционирования мозга, как вам всем известно, необходимо пищевое обогащение. Особенно остро данный вопрос стоит для студентов, которые немалое время на ресурсоёмких занятиях, при этом зачастую приходят без обеда или завтрака. В свою очередь это делает студенческое кафе, крайне важным местом для обучающихся местом для обучающихся. Как правило, оно совмещает в себя: простоту, экономичность и малые затраты времени.

К нашей группе обратились Администрация филиала КИУ в Альметьевске, с предложением создать эскизный проект одного из таких студенческих кафе в Альметьевск. Заказчик позволил проявить творческую свободу в вопросе облагораживания помещения, которому оно было крайне необходимо. Держа в голове личный опыт, современные тренды в дизайне, представление об удобстве и эргономичности, мы приступили к проектированию.

Исходя из имеющихся материалов мы поставили перед собой следующие цели:

- Максимально возможное расширение пространства.
- Повышение вместительности.
- Создание удобной рабочей среды для персонала.
- Достаточная освещённость помещения, ввиду специфики его расположения.
- Использование дизайна и материалов не сильно требовательного по бюджету.
- Создание уютного, приятного глазу, современного дизайна в

соответствии с трендами.

Грамотный проектировщик должен понимать: когда дело касается помещения подобного рода оно тонко связано с психологией. Этим можно объяснить подбор цветов в нашем проектном решении. Его основу составляют: успокаивающий зелёный и нежные оттенки серого с вкраплениями контрастного чёрного.

Активно используются образы, ссылающиеся на природу, такие как: деревянные элементы и изделия, принт на бренд-надписи, простор для озеленения.

Нами была продумана система перемещения, не препятствующая потоку людей. без тупиков, и особо узких проходов.

Освещение не оставляет затенённых участков. Система управления светом децентрализована для гибкой настройки.

Всё это приводит нас к определённой стилистике, которой является Эко-стиль. Эко-стиль – это дизайн интерьера, элементами которого служат предметы из натурального материала. Среди современных дизайнерских стилей он является наиболее популярным, так как помогает отвлечься от городской суеты и соединиться с природой.

На наш взгляд, мы выполнили поставленную перед нами задачу, разработав эскизное проектное решение, взяв в учет все пожелания заказчика.

Мирзокантова М.М., Шарипова Л.Р., Шурыгина Ю.А.

Н. рук.: к.п.н, доцент Мухутдинов Р.Ф.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

**МУЗЫКА КАК СОПРОВОЖДЕНИЕ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ СПОСОБ
ФОРМИРОВАНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ЗАМЫСЛА В РАМКАХ
ПРАКТИЧЕСКОГО ЗАНЯТИЯ ПО КОМПОЗИЦИИ**

Музыка является неотъемлемой частью жизни людей, особенно творческих личностей. Она во многом помогает, при создании творческих

проектов. Музыка может, как дополнить творческий проект, так и помочь человеку с реализацией его художественного замысла, придать его работе яркости.

Формируя проектное решение, мы опирались на увлечения молодого поколения. Им нравятся яркие уникальные образы и композиции, как визуальные, так и музыкальные. Молодежь в наше время любит самовыражаться разными способами и создавать свой уникальный стиль. На нашем проекте мы собрали самых популярных и ярких звезд среди подростков. Взглянув на него, каждый может заметить своего любимого исполнителя или несколько. Главная идея нашей практической работы состояла в том, чтобы показать, что музыка также может являться важной частью при создании творческих, художественно-графических проектов. Наряду с графической работой по разработке композиционного представления практического задания было принято решение создать видеоролик, отражающий основные концептуальные положения данной задачи. Для подготовки видеоролика мы использовали миниатюрные объемные фигуры, как звезды и бабочки. Этим мы хотели показать, что каждый человек является, своего рода звездой, которая может расправить свои крылья, то есть раскрыть свой творческий потенциал, и взлететь высоко, как бабочка. Наш видеоролик сопровождается, соответственно, музыкой. Формат съемки необыкновенен и уникален, ведь задумка состоит в том, чтобы быть оригинальным и смотреть на вещи с необычного ракурса.

Как и в любой групповой работе, без проблем не обойтись. Одна из немногих проблем, с которой сталкиваются творческие люди - это отсутствие творческого вдохновения в нужный момент времени, не желание идти вперед и доходить до конца. Решить данные конфликты и прийти к общей цели можно при помощи музыки, которая затрагивает душу человека и наполняет мотивацией. Ведь она может являться источником вдохновения. Любая творческая работа выполняется легче и веселее в сопровождении музыки.

Муталибова Э.С., Насирова А.Л.

Н. рук.: к.п.н., доцент Мухутдинов Р.Ф.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ВОЗМОЖНОСТИ ГРАФИЧЕСКОЙ ТЕХНИКИ КОЛЛАЖ ДЛЯ ВЫРАЖЕНИЯ ТВОРЧЕСКОЙ ИДЕИ

В современном понимании коллаж – это техника и разновидность декоративного искусства, которая заключается в вырезании фигур из различных материалов и приклеивании их к основе. Используемые материалы могут быть разными: бумага, ткань, картон. Также такая работа допускает возможность применения объемных элементов в композиции для еще большего эффекта погружения в задумку автора. Довольно часто коллаж совмещают с живописью, чтобы обеспечить присутствие фактурного эффекта и более детальную проработку проекта. Все это создается с целью воплощения неповторимого и уникального замысла исполнителя.

В рамках учебного процесса стояла задача создания коллажа, основной идеей которого является отражение чувств и эмоций от первых месяцев обучения в университете на специальности медиадизайн. И для разработки проекта был выбран декоративный стиль, который подразумевает использование ярких, выразительных элементов и красочного фона. Данная техника была выбрана для того, чтобы при просмотре итоговой работы зрителю были переданы те же чувства, что и возникли у исполнителей при создании коллажа.

Основой концепции проекта стали детали, которые в полной мере могли бы передать всю специфику направления медиадизайн, а именно: гипсовые головы, различные вырезки статей из газет и кусочки работ Ван Гога. Благодаря этим нюансам можно отчетливо увидеть и проследить основной спектр чувств и эмоций авторов от обучения в университете.

Выполнив данную композиционную работу, авторы хотели донести до зрителей выводы о том, что обучение на специальности мотивирует более

углубленно изучать историю искусств, композицию и культуру. Созданный проект позволил понять, что с помощью представленной техники возникает возможность решить безграничное количество художественных и творческих задач.

Нургалиева Р. М.

Н. рук.: преподаватель Шухратова Л.Ш.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

К АКТУАЛЬНОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УДМУРТСКИЙ ФОРУМ «ЭТНОС»

Россия — многонациональная страна. Ее населяют различные нации и народности с неповторимой и своеобразной для каждого этноса материальной и духовной культурой. Неотъемлемым элементом каждой этнокультуры является ее древняя знаковая символика, в которой заложен определенный смысл, раскрывающий семантическое видение мира.

Способ ношения одежды, различные взаимодействия с её деталями и, особенно, семантика костюмных узоров говорят нам о неразрывной связи костюма и обрядового действия, о глубоком символическом смысле, который участники ритуала вкладывали в свои манипуляции с атрибутами костюма.

Главный семейно-родовой культ удмуртов — это культ “воршуда” (воршуда — дух рода), его комплекс многозначный и многоплановый. Родовое древо это наивысшая сакральная ценность удмуртов, в вышивках и украшениях костюма преобладают древесные символы. Костюм в традиционном обществе с его “магической” символикой неразрывно связан с обрядовой деятельностью, причем именно костюмы выступают связующими между человеком и высшими силами природы. Особенно ясно это наблюдается на примере орнамента удмуртского костюма.

Темой данного форума и его задачей является донести всю суть и красоту истории народа, форум призван сделать колоссальный опыт удмуртского

народа доступным для изучения, и вызвать интерес у молодой категории общества. Глобальной целью форума является возрождение и знание своей культурной исторической составляющей.

Романчук А. В.

Н. рук.: ст. преподаватель Ефимов Д.Д.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

РОЛЬ ЗОЛОТОГО СЕЧЕНИЯ В ИЗОБРАЖЕНИИ

В мире дизайна композиция является основным строительным блоком создания изображения. Для этого важно хорошо организованное пространство, где все элементы выглядят целостно, гармонично взаимодействуют друг с другом и с пользователем. В целях построения правильной композиции используется золотое сечение.

Золотое сечение использовалось человеком на протяжении тысячелетий. На сегодняшний день использование золотого сечения можно встретить во многих современных проектах, дизайне. Оно присутствует как в логотипах современных компаний, так и в пирамидах Гизы, Парфеноне в Афинах.

Основной задачей данной работы является раскрытие роли золотого сечения как «универсальной» пропорции, что заставляет принять ее как нечто логичное, гармоничное и органичное. Ученые объясняют это тем, что чем ближе объект к золотому сечению, тем лучше его воспринимает человеческий мозг.

Стоит отметить, что правило золотого сечения в изображении проявляется в делении его на части четырьмя линиями — две из них горизонтальные и две вертикальные. Они расположены по пропорции 1,618. То, что находится на этих линиях, наиболее важно для человеческого глаза. Кроме того, на пересечении линий золотого сечения расположены специальные зрительные центры. Они расположены на расстоянии примерно $\frac{3}{8}$ и $\frac{5}{8}$ от краев изображения. Замечено, что человек всегда концентрирует на них свое

внимание. Таким образом, роль золотого сечения состоит в том, что оно создает ощущение красоты благодаря равновесию и гармонии.

Тухбатова Э., Халиуллина А.,

Кравченко М., Загирева Д.

Н. рук.: ст. преподаватель Асадуллина Э.Т.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ДИЗАЙН-ПРОЕКТ СТУДЕНЧЕСКОГО КАФЕ КИУ В ГОРОДЕ АЛЬМЕТЬЕВСКЕ

Студенты большую часть времени проводят в учебных заведениях, посвящая себя образованию. Им важно находиться в комфортных условиях, где они могут отдохнуть и поесть. Важным составляющим является столовая для трапезы. Нефункциональное и темное место способствует внутреннему угнетению учащегося. В целях повышения функциональности и обретению нового места для времяпрепровождения был разработан проект студенческого кафе КИУ в г. Альметьевск. Был сделан выезд на территорию кампуса Альметьевского филиала КИУ. На данном объекте команда смогла отработать полученные знания на практике, сделав необходимые обмеры, видя перед собой реальный объект проектирования. Благодаря чему смогла в полной мере отработать все полученные навыки на занятиях.

Основной задачей команды стало преобразование старого кафе и решение проблем помещения: низкие потолки и низкая проходимость людей, малое пространство, недостаточная освещенность и неактуальность интерьера. Немаловажной задачей был выбор концепции интерьера, отвечающий запросам преподавателей, студентов и работников университета.

Работа начиналась с замысла концепции заведения. Команда выбрала концепцию, основанную на вертикальных и горизонтальных линиях, а также повторяющихся геометрических элементах, которые визуально «вытягивают» низкие потолки помещения.

Предложение концепции интерьера основано на визуальном увеличении потолков и расширение объема пространства за счет отделочных материалов, цветов и игры света.

Однотонные и неброские цвета помогли увеличить площадь объекта. Орнамент и графический рисунок, в которых используются вертикальные линии и геометрии визуально «поднимают» потолок в помещении. Дополнительное расширение пространства создают рейки на раздаточной зоне, с встроенной в них светодиодной лентой.

Немаловажной задачей проекта была концепция расположения мебели таким образом, чтобы оставалось свободное пространство для передвижения, а также большое количество посадочных мест. Расположение мебели предполагает компактную, но емкую вместимость посадочных мест. Команда использовала центральное пространство, чтобы вместить в эту зону большее количество посадочных мест, а также, прилегаемые к стене столы. Такое расположение посадочных мест создает «коридор» между зонами для лучшей мобильности людей. Также, понимая, что не всем удобно расположиться на сидячих местах, чтобы не задерживаться в кафе, команда создала барную стойку рядом с раздаточной зоной.

Одна из главных задач и проблем проекта – освещение. В дизайн-проекте оно расположено периметрально со светодиодной лентой, встроенной в рисунок на стене и рейки. Основное освещение находится в центре над столами, дополнительное – рядом со столами, расположенными около стены.

Таким образом, команда выполнила поставленные цели и задачи, справившись с проблемами исходного объекта, закрыла потребность заказчика в визуальном расширении пространства и высоты потолков за счет освещения, цветовой гаммы, расположению мебели, дополнительному использованию деталей в проекте и правильному зонированию. В итоге, команда создала новое пространство для комфортного времяпрепровождения во время обеда студентам, преподавателям и работникам университета.

Фаттахова А.Р.

Н. рук.: доцент Титова Е.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПСИХОЛОГИИ ЦВЕТА В СОЗДАНИИ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

Психология цвета — это особенность эмоционального восприятия человеком тех или иных цветовых решений. Цвета и различные их комбинации влияют на психику человека, а значит, во многом определяют его поведение. Нужно отметить, что в цветоведении нет жестких правил, касающихся символики того или иного цвета, однако можно выделить некоторые закономерности между цветом и реакцией человека на него.

Современные компьютерные игры могут послужить отличным учебным пособием для изучения использования различных цветовых композиций при создании атмосферы игры и характера персонажа. На примере игры *Stray* можно легко вычислить основные приемы, используемые графическими дизайнерами.

Игра знакомит нас с главным персонажем- рыжим котом. У игрока сразу могут возникнуть ассоциации с домашним питомцем, из-за чего отношение к персонажу будет положительным. Первая локация — это руины, заросшие густой зеленью. Зеленый цвет успокаивает и расслабляет. Внимание игрока направлено на обучение механикам, и ничто лишнее не отвлекает взгляд.

Вторая локация- трущобы, разделенные на «мертвый город» и «безопасную зону». В первой половине локации преобладают синие оттенки, благодаря чему создается атмосфера одиночества и заброшенности. Рыжий кот и желтые вывески, указывающие дорогу, все предметы, с которыми можно взаимодействовать отлично заметны, так как они контрастны по отношению к окружению. Вторая половина-«безопасная зона», выполнена в теплых оттенках. Оранжевый, желтый, желто-зеленый создают ощущение уюта и безопасности. Вся цветовая палитра игры строится на сочетании дополнительных, триадных

цветов: красного, зеленого, оранжевого, синего и желтого.

Третья локация представляет собой «Мидтаун» - большое пространство, выполненное в белых и серых тонах. Здесь данные цвета создают атмосферу стерильности и пустоты. Нет опасности, нет уюта, только холодные стены и полы.

Помимо кота, создатели игры добавили антагонистов – зурков. При их появлении освещение меняется на красное. Красный цвет является отличным возбудителем и воспринимается как опасность, поэтому его чаще всего используют при создании противников главного персонажа.

Цвет — мощный инструмент художника. С помощью цветового кодирования разработчики создают эмоциональный фон, работают с ассоциациями, указывают путь, манипулируют взглядом игрока и расставляют подсказки. Использование приемов колористики и психологии цветов помогает игроку глубже погрузиться в атмосферу компьютерных игр и легче считывать характер того или иного персонажа.

Чернов Я.В.

Н. рук.: доцент Титова Е.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ТЕХНИКА ГРИЙЗАЛЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ДИЗАЙНЕРА

Графическая техника гризайль, известная еще в Средние века, применялась в архитектуре, где имитировала гипсовые элементы лепного интерьерного декора, а в живописи - для правдоподобного изображения объёмной скульптуры. При подготовке обучающихся по творческим специальностям в области творческой деятельности эта техника не теряет своей актуальности и сегодня.

Основной задачей данной работы стало изучение гризайли не просто как техники в живописи, а как инструмента, который сможет помочь начинающим

специалистам в их проектах, грийзаль и раньше использовалась мастерами при создании декора, что позволяло воссоздать барельефы в дворцах и усадьбах. Предполагается, что изучение дизайна при помощи грийзали поможет в развитии видения тональности, оттенков в пределах одного цвета. Видеть не просто однобокий красный или синий, а то богатое многообразие тонов, которое помогает начинающему дизайнеру передать на холсте объём и натуралистичность изображаемых объектов, в последствии развитые навыки помогут сочетать самые разные цветовые решения как в компьютерной графике, так и в построении интерьера и многом другом.

Немаловажной задачей данной темы является изучение техники грийзаль, поскольку она дает возможность расширить виденье тона и цвета в целом. Дизайнер развивает изображение, создавая тени, основные моменты и детали, чтобы произвести желаемый контраст. Техника одновременно нежная, утонченная и очень драматичная.

Шагиева Л.В.

Н. рук.: преподаватель Шухратова Л.Ш.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ТАТАРСКИЙ СОВРЕМЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОСТЮМ КАК ЧАСТЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭСТЕТИКИ

Творческим источником вдохновения современного дизайнера является народный костюм. Способы использования костюма в качестве источника создания нового в дизайне одежды могут быть самыми различными. Эстетичность, а так же функциональность, целесообразность, рациональность кроя и исполнения, и все это относится к любому народному костюму любой национальности.

Из-за глобализации и урбанизации национальная одежда утрачивает важность. Сейчас используются общепринятые нормы одежды. Обширного понятия «татарская современная мода» не существует, но на сегодняшний день

дизайнеры выпускают национализированные коллекции с татарскими элементами. Дамы надевают серьги, браслеты и другие украшения в татарских мотивах, превосходно сочетающиеся с современной одеждой. Лишь часть старшего поколения носят тюбетейки. Сегодня мода татар содержит частицы национальной особенности, но значительно не отличается от современной, интернациональной.

При создании одежды, в настоящее время, дизайнеры используют разные пропорции и цветовые сочетания, ткани с печатными рисунками по татарским народным мотивам, а именно: аппликации, вышивка, традиционный крой отдельных деталей одежды, традиционные материалы.

Татарский костюм - это демонстрация не только принадлежности к татарской национальности, но и показатель уважения к традициям данной культуры, показатель того, что мы помним и гордимся своим происхождением, надевая украшения или различную одежду, с национальными элементами.

Шафиков Я.Х.

Н. рук.: ст. преподаватель Ефимов Д.Д.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

РЕНОВАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ КИУ: ОПЫТ ПРОЕКТНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ В РАМКАХ ЛАБОРАТОРИИ АРХИТЕКТУРЫ И ДИЗАЙНА КАФЕДРЫ ДИЗАЙНА

Одним из приоритетов развития российского образования является качество предлагаемых знаний и практического опыта, приобретенном в процессе обучения. Процесс обучения при этом должен соответствовать определенным условиям. Одним из наиболее важным из них является предметно-пространственная среда, призванная создавать определенную атмосферу и особый микроклимат учебных заведений. Она должна быть не только удобной, комфортной, соответствовать санитарным и эргономическим требованиям, но и отражать определенные идеи учебного заведения, при этом

отражая современное развитие российского общества, выраженное в дизайне среды.

Сегодня в России новые подходы к дизайну среды образовательных учреждений активно реализуются на всех ступенях образования: детские сады, общеобразовательные школы, и вузы. В Татарстане одним из первых вузов, который поддержал передовые идеи по преобразованию среды обучения, стал Казанский инновационный университет имени Виталия Гайнулловича Тимирязова, поставивший целью создать условия развития инноваций, в том числе и через дизайн учебных пространств.

При нашем вузе успешно работает Лаборатория архитектуры и дизайна, созданная при кафедре дизайна, в рамках которой студенты направления дизайн среды получают профессиональные навыки и воплощают свои идеи под наставлением практикующих архитекторов. Проектная лаборатория КИУ решает задачи по реновации дизайн-среды нашего университета: студенты разрабатывают эскизные проекты интерьеров и участвуют в их практической реализации и авторском сопровождении.

Хочу познакомить вас с некоторыми этапами творческого процесса и результатами проектной работы, исходя из своего опыта участия в реновации общественных пространств нашего университета: студенческого общежития КИУ по адресу Парижской Коммуны 25/39; корпусов юридического факультета и факультета Психологии и педагогики по адресу Мазита Гафури 71.

Проведенный социологический опрос³ студентов показал, что учащиеся проводят до 70 – 80 % своего времени в учебных помещениях. Исходя из этого, возникает вопрос создания и поддержания оптимальной образовательной среды без отрицательного влияния на психологическое состояние студента, способствуя его развитию и повышению уровня образования.

В чем же заключается инновационность новой учебной среды? Этот вопрос в последние годы становится предметом наиболее актуальных дискуссий – как в архитектурно-дизайнерской, так и в профессиональной среде

³ Собственный социологический опрос, проведенный среди студентов, проживающих в общежитии.

преподавателей и педагогов. Учебные аудитории должны соответствовать новым, наиболее эффективным формам передачи знаний и проведению практических занятий: таких как консилиум, мастер-класс, проектный семинар и других инновационные методы образовательного процесса. В этих условиях студенты не только изучают материал, но и закрепляют свои знания благодаря практической научной деятельности и имеют возможность проведения самоанализа полученных результатов. Несмотря на растущий интерес к новым формам процесса образования, подходящих образовательных пространств для их проведения не так много. Так как стандартные классы учебных заведений ограничивают пространственную свободу. Сегодня необходимо создавать новые типы обучающих пространств под определенные современные форматы проведения занятий: например, коворкинги, студии, учебные мастерские.

Однако не только образовательная среда является фундаментом для повышения уровня образования. Жилые помещения для студентов, в данном случае общежития – так же один из немало важных факторов, влияющих на стимул учебного настроения студента. Проводя в этом пространстве около 30 % процентов времени, студент должен ощущать себя в комфортной среде, также приспособленной для подготовки к семинарам или практическим занятиям. На данный момент в общежитиях проживают 34% студентов из колледжа и вуза.

Основываясь, в том числе, на собственном опыте проживания в общежитии, выявлены несколько негативных факторов, влияющих на образование студента:

- не эргономичность жилых комнат;
- шумоизоляция слабая, либо недостаточная;
- недостаточно второстепенных пространств для дополнительного образования, самостоятельной работы и активного отдыха студентов;
- потребность в выделении отдельных помещений под работу кружков, студенческих проектных лабораторий и учебно-производственных мастерских.

Ярким примером реновации дизайн-среды студенческого общежития

является кампус по адресу Парижской Коммуны 25/39. На основе этого проекта рассмотрим процесс его реализации. С чего начинается дизайн проект? Конечно же с технического задания. ТЗ (технического задание) – это документ, в котором фиксируются требования к проекту, при помощи него определяется пожелания заказчика и те или иные требования к проекту. На основании тз формируется концептуальная идея – дизайн-концепция, в ней мы отражаем пожелания заказчика и идею проекта. Следующий шаг – планировочное решение, один из самых ответственных этапов, так как в нем необходимо учитывать не только требования заказчика, но и конструктивные, санитарные и эргономические требования при проектировании. Далее происходит защита проекта и его реализация. На сегодняшний день обновлены жилые комнаты, рекреации, коридоры, общественные зоны общежития, планируется создание коворкинга. Специфика жилой среды, где обитают студенты, состоит в сложной целостной взаимосвязи отдыха и работы, общения и учебы. Здесь много общения и интересных людей, здесь взаимопомощь и взаимовыручка, творческая самореализация и личное самоопределение. Основной задачей является поддержка студенческого сообщества и возможность развития этого духа свободного студенчества.⁴ Перспективным направлением также является создание на базе общежитий технологических и творческих хабов, мини-технопарков, которые станут основой для студенческих стартапов.⁵

Так же одними из немаловажных проектов реновации учебной среды КИУ стали учебные корпуса на улице Мазита Гафури 71: Юридический факультет и Факультет Психологии и педагогики Казанского инновационного университета.

Тем самым рассматривая проблему создания инновационного пространства как одного из условий повышения уровня образования среди студентов, а также по результатам исследования можно сделать вывод, что реновация учебных учреждений способствует улучшению качества

⁴ Кропотова О.В. Современные тенденции формирования архитектуры жилой студенческой среды URL: http://book.uraic.ru/project/conf/txt/005/archvuz14_pril/47/template_article-ar=K41-60-k63.htm

⁵ В РФ предложили запустить программу реконструкции студенческих общежитий URL: https://news.rambler.ru/education/46555430/?utm_content=news_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink

образовательного процесса, а также: новый дизайн интерьера способен не просто преобразовать помещения, но и влиять на социальное взаимодействие студентов с преподавателями; усовершенствование учебного пространства придаст студентам дополнительный импульс к обучению; такое новое и перспективное направление, как реновация, способно повысить качественный уровень обучения. При помощи структуры, отработанной в рамках проектной лаборатории, можно выделить для себя несколько плюсов в разработке проектов учебных помещений: приобретение нового опыта в своей сфере – проектного; развитие навыков межличностной коммуникации и групповой деятельности; проекты моделируют реальные условия, подготавливают к будущей профессиональной деятельности;

В результате полученного опыта в ходе проектной работы по реновации образовательных пространств Казанского инновационного университета, а также опыта совместной проектной работы студентов в рамках лаборатории архитектуры и дизайна, можно сказать, что создание инновационного пространства является одним из условий повышения уровня образования и способствует улучшению качества образовательного процесса в целом.

Юнусова Д.И.

Н. рук.: к.и.н. Феоктистова И.Р.

Колледж КИУ

г. Казань, Россия

К ИСТОРИИ ДИЗАЙНА: ГЕРАЛЬДИКА В РОССИЙСКОЙ КУЛЬТУРЕ

Геральдика — установленная система с уникальной структурой, внутренней логикой и особыми характерными чертами. Зародилась эта система для того, чтобы удовлетворить необходимость государств и народов идентифицировать себя. Герб означает и называет своего носителя, он есть его индивидуальный опознавательный знак, и потому всегда один в своем роде. Такой знак можно назвать своеобразной «визитной карточкой» или даже «логотипом», носителем которого могла быть не только знать, город или

государство, а также достаточно богатый купец, гильдия, цех или даже община.

В российской культуре геральдика всегда была особенной, нежели в прочих странах. Она зародилась не сразу: в Древней Руси ее не было, а первые личные и семейные гербы появились только в 17 веке и то под влиянием европейской культуры. Позже российская эмблематика стала активно формироваться в 19 веке и обрела уже знакомые нам геральдические мотивы - обозначать своего гербовладельца.

Геральдика, как учение по созданию гербов, могла появиться только в обществе, где существует иерархия. Однако, в современной России и в большинстве стран мира (помимо государственных, региональных или городских) родовые эмблемы не имеют смысла, поскольку в наших реалиях не бывает сословий, следуя которым граждане Российской Федерации делились бы на обладателей тех или иных юридических прав. Поэтому сейчас не утверждаются личные и фамильные гербы, а их самостоятельное создание семьями, публичными организациями и общественными течениями представляет собой не более чем способ самовыражения.

СЕКЦИЯ №16. ТУРИЗМ И СЕРВИС

Абдикаиров А.М.

Н. рук.: к.э.н., доцент Осипов Д.В.

Нижекамский филиал КИУ

г. Нижнекамск, Россия

КАЧЕСТВО СЕРВИСА В ТУРИЗМЕ

Туризм и сервис – это отрасли, играющие важную роль в жизни современного человека. В России и в других развитых странах эта сфера услуг занимает значительную часть экономики, иногда достигая показателя в 60%. На сегодняшний день верхушку туроператоров в России возглавляют такие компании как «ANEX Tour», «TUI», «Coral Travel», «Tez Tour» и др.

Эта отрасль связана со множеством профессий, такими как управляющий отелем, хостес, гид, аниматор и огромное количество других профессий. Эти профессии можно освоить, обучаясь в Казанском инновационном университете им. В.Г. Тимирязова.

Главной целью деятельности туристических компаний является удовлетворение запросов потребителя. Именно от отзывов клиентов зависит краткосрочная и долгосрочная прибыль туристической компании. Конкуренция среди туристических компаний порождает все более качественное обслуживание. Турист должен попробовать иностранную кухню, посмотреть местные достопримечательности, исследовать природу территории отдыха. Отдохнувший и счастливый турист оставляет отзыв о выбранной им туристической компании. Уровень зарплат работников на данной отрасли постоянно растет. Стремление человека отдохнуть и получить новые положительные впечатления обещает этой отрасли хорошее будущее.

Как показывает опыт, высокое качество обслуживания в отелях и ресторанах оставляет соответствующие положительные эмоции. К примеру, побывав в отелях Тайланда и Турции, туристы получают положительные эмоции на всю жизнь. Желание вновь посетить туристические страны

возрастает каждый раз, как только турист, получивший положительные впечатления, вспоминает о высоком качестве сервиса на отдыхе.

Абдулвалеева А.Л.

Н. рук.: ст. преподаватель Карпеева А.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

УБОРОЧНЫЕ РАБОТЫ В ГОСТИНИЦЕ

Обеспечение необходимого уровня чистоты и гигиены в отелях, пожалуй, одно из важнейших направлений деятельности в области уборочных работ. Не потому, что в отелях действуют особые трудоемкие стандарты уборки, а потому, что репутация и доходы отелей во многом зависят от того, насколько опрятно выглядит внешний вид интерьеров и чистоты.

Чтобы справиться с соответствующим объемом работ, необходимо привлечение клининговых служб различной специализации. Качество уборки отеля зависит как от профессионализма этих служб, так и от организации взаимодействия между ними. В гостиницах уборка номеров осуществляется практически круглосуточно.

Основными контролерами качества уборки номеров в отелях являются гости. Недостатки в работе любой из клининговых служб могут привести к потере репутации. Грязный холл или беспорядок на стойке регистрации могут оттолкнуть желающих остаться в отеле. Непонимание важности клининговых услуг в работе отелей, попытка сэкономить на уборке может привести к краху.

Для достижения высоких стандартов чистоты и гигиены, прежде всего, необходимо, привлекать профессионалов, как управляющих, так и высококвалифицированных горничных. Для клининговой службы уборка и поддержание чистоты в гостиничных помещениях является показателем уровня профессионализма, так как, необходимо, согласовывать и использовать самые разнообразные средства для уборки, защиты и обслуживания.

Резюмируя вышесказанное, отметим, что добиться высоких результатов

очистки невозможно без использования современного качественного оборудования, инвентаря и химических средств.

Абрамова А.В., Гайфуллина В.Л.

Н. рук.: преподаватель Галеева Д.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

МАРШРУТ АКТИВНОГО ТУРИЗМА И ОТДЫХА

«КАМСКИЕ ПРОСТОРЫ»

Одним из наиболее интересных маршрутов в нише активного туризма и отдыха является экскурсия в пещеры Камского Устья. Маршрут под названием «Камские просторы» состоит из посещения самой большой пещеры природного происхождения на территории Татарстана, а также рукотворных пещер, где раньше добывали гипс. Во время экскурсии происходит знакомство экскурсантов с историей происхождения пещер и самого Камского Устья. Группа туристов сможет узнать много интересной информации и фактов из истории посещаемого экскурсионного объекта.

Уникальность экскурсии состоит в том, что экскурсанты смогут почувствовать себя в роли настоящих скалолазов, проникнуться атмосферой экстремальных приключений. Более того, экскурсанты смогут насладиться татарской национальной кухней на пикнике на природе, а также прокатиться по Волге на катерах.

Турпродукт «Камские просторы» является туром выходного дня и длится 12 часов. Маршрут – круговой. Длительность маршрута – 260 км. Вид туризма – активный туризм и отдых.

Целевая аудитория экскурсионного маршрута – взрослые, а также дети от 15 лет с сопровождающим.

Главными дестинациями тура являются Камско-Устьинский район, Гипсовые штольни, а также Юрьевская пещера.

С учетом транспортного обслуживания, услуг гида, питания итоговая

стоимость составит 4803 рубля.

Акманаева Э. Д.

Н. рук.: преподаватель Арбузова М.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ И РОСТА ПОТРЕБНОСТИ В АВТОБУСНЫХ ТУРАХ

Автобусный тур – это туристский продукт, включающий в себя: перевозку группы туристов на автобусе по определенному маршруту, продолжительностью более 24 часов. Включает в себя также размещение в отелях в соответствии с программой тура, экскурсионное обслуживание в соответствии с программой тура и сопровождение руководителем туристской группы.

Последние два года индустрия туризма находится в состоянии стабильной неопределенности: страны открывают и закрывают свои границы, одни регионы вводят новые ограничения, другие отменяют их. Однако рынок постепенно приходит в себя и учится существовать и развиваться в рамках новых условий. В этой связи крайне сложно предугадать, что ждет индустрию в ближайшее время.

Предпочтения российских туристов несколько изменились в связи с быстро меняющимися условиями для путешествий, что отразилось и на автобусных турах по России и их развитию. По причине нестабильной ситуации с открывающимися и закрывающимися границами и ситуацией в мире в целом, с невозможностью посещать зарубежные страны или редкой возможностью поехать за границу, российские туристы стали рассматривать путешествия по нашей стране, что привело к росту внутреннего туризма и непосредственно это коснулось и автобусных туров.

Самыми востребованными и интересующими направлениями на 2022 год стали туры в Дагестан, Чечню и Кабардино-Балкарию. Помимо этого, туристы

активно отправляются в поездки на автобусах в Санкт-Петербург, Казань и Карелию.

На сегодняшний день автобусные туры по стране – востребованный вид туризма. Туристы интересуются новыми направлениями, изучают нашу разнообразную страну и это хорошо влияет на перспективы развития как внутреннего туризма, так и автобусных туров по России. Данное направление имеет все шансы на успешную реализацию на ближайшее время.

Александрова В. Р.

Н. рук.: к.п.н., доцент Паньков А.В.

Чистопольский филиал КИУ

г. Чистополь, Россия

РАЗВИТИЕ КАЯКИНГА В ЧИСТОПОЛЬСКОМ МУНИЦИПАЛЬНОМ РАЙОНЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

10 ноября в КИУ проводилась четвертая Международная научно-практическая конференция «Грани гостеприимства-2022», где обсуждались актуальные проблемы индустрии гостеприимства и пути их решения. На этой конференции был представлен жюри мой доклад «Речной туризм в Республике Татарстан».

В докладе рассматривались актуальные проблемы, которые мешают или затрудняют в наше время развиваться речному туризму. Проблема заключается в большом возрасте судов и проблемами береговой инфраструктуры, и отметим, что средний возраст судов около 40 лет, и в некоторых районах плохо развит береговая линия. Так же была описана всеми известная трагедия на Волге, и причины ее возникновения. В основном вся проблема была в самом судне, которое было технически неисправно и перегружено. В концепции развития круизного туризма в РФ на период до 2024 г. представлена целевая аудитория речного туризма, и на основе данных создала диаграмму, на которой показала процентное соотношение потребителей речного туризма и выявила, что чаще всего люди путешествуют с семьями, друзьями или со своей парой. Отметим,

что процент с молодежью значительно меньше, чем остальные. Были прописаны разные классы туристических маршрутов, их виды и другие различные услуги. После всего вышесказанного я начала добавлять свои идеи для привлечения молодежи к этому виду отдыха. Помимо простого путешествия по воде и экспедиций в программу маршрутов я предположила добавить необычные активные развлечения на воде, которые сочетают в себе отдых и спорт. К таким развлечениям я отнесла: дайвинг, гидрофлайт, вейкбординг, сёрфинг и каякинг.

В докладе была представлена идея развития Каякинге в Чистополе, где были рассмотрены виды каякинга и его перспективы. Каякинг имеет три направления; гребной слалом, родео и сплав. Слаломный каякинг заключается в маневрировании на каяке. Родео — это выполнение разнообразных трюков на лодке с использованием особенностей рельефа реки. Сплав проводится на реках различной сложности с преодолением препятствий. Для моего микрорайона подходит сплав, как для формы отдыха.

Развитие каякинга на территории Чистопольского муниципального района находится на стадии идеи. Осуществить эту идею планируется вместе с профессионалами в этом виде отдыха, и с другими представителями. Для проведения этого мероприятия отлично подходит маршрут «Красный Яр-Сотово-Сухой Берсут», он сочетает в себе самые красивые и живописные места, а самое главное манёвренные, и все это находится недалеко от Чистополя. Маршруты, по которым будут двигаться люди, будут заранее спланированы в виде эстафеты. Все мероприятия, которые будут проводиться на воде, планируется добавить позже.

Планируется в будущем продолжать развитие идеи, так как на данный момент это актуальная тематика не только для Чистополя, но и республики в целом. Также на конференции задавали вопросы на тематику моей статьи. Один из них был про состояние речного туризма в нашей республике. На что я ответила полным ответом, где высказалась и разъяснила свою точку зрения.

Антипова А. А.

Н. рук.: д.э.н., профессор Шабанова Л.Б.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Туризм в Республике Татарстан - одно из наиболее перспективных направлений её социально-экономического развития.

Одним из приоритетных видов туризма, на который необходимо сделать ставку в процессе развития данной индустрии и привлечения дополнительного числа туристов, является сельский туризм (агротуризм).

В Татарстане инфраструктура сельского туризма представлена хозяйствующими субъектами в Арском, Верхне-Услонском, Лаишевском, Пестречинском, Муслюмовском, Мензелинском, Алькеевском районах и в ряде других. Среди услуг - общение с домашними животными, охота, рыбалка, прогулки по деревне, поход за грибами, ягодами, угощение блюдами национальной кухни.

Однако сельский туризм как сегмент туристического рынка республики до конца не сформировался. В Республике Татарстан потенциал сельского туризма как одного из сегментов рынка туристских услуг остается недооцененным органами местного самоуправления, хозяйствующими субъектами и жителями.

Татарстан обладает значительными ресурсами для развития агротуризма: большие территории с благополучной экологической обстановкой, наличие хозяйств, желающих заниматься как органическим земледелием, так и агротуризмом, интересная природа, народные традиции, культура, промыслы, сохранившиеся в деревнях, богатая история.

На сегодняшний день варианты отдыха в сельской местности разрабатываются, организуются и предлагаются, как правило, самими фермерами, селянами, а не турагентствами. Нужна всесторонняя научная и экономическая государственная поддержка тех хозяйств, которые готовы этим

заниматься.

Аптукаева А.Р., Сабирова Р.А.

Н. рук.: преподаватель Галеева Д.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ТУРИСТИЧЕСКОЕ МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ «RT TRAVEL»

Туризм – неотъемлемая часть развития практически каждого региона России. Республика Татарстан – не исключение. Этот регион круглогодично посещает большое количество туристов разных возрастов. А всё это потому, что на территории республики развит не один вид туризма, а целая их палитра: культурно-познавательный, событийный, гастрономический, рекреационный и многие другие. Разработанное нами приложение объединяет в себе все, вышеперечисленные, виды туризма.

Приложение обрело англоязычное название «RT Travel», так как оно предназначено для туриста любой национальности. Его уникальность заключается в том, что пользователи могут во время путешествия зарабатывать виртуальные бонусы, которые в перспективе можно обменять на реальные.

Выглядит это в формате игры. Внутри приложения находятся несколько разделов с картами Республики, на которых отмечены достопримечательности, молодёжные клубы, кинотеатры и многое другое. В зависимости от раздела, пользователи, посещая достопримечательности, собирают некие «фишки». Где-то это виртуальные эчпочмаки, где-то чак-чак, где-то коктейли и многое другое. И, когда человек собрал определённое количество «фишек», он может обменять их на реальные подарки (эчпочмак, скидку в «Бахетле», бесплатный билет в театр и тд.).

Для удобства использования, было решено, что приложение будет работать и без интернета, при условии, что пользователь заблаговременно скачает карту в приложении. Приложение имеет возможность собирать разные фишки для получения разных бонусов.

Арефьева Ю.А.

Н. рук.: к.э.н., доцент Кабиров И.С.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

**ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ
ТАТАРСТАН НА ПРИМЕРЕ ФЕСТИВАЛЯ «ДЕНЬ НЕПТУНА НА ОЗЕРЕ
КАБАН»**

Фестиваль «День Нептуна на озере Кабан» в Республике Татарстан – это проект для жителей не только самого города и республики, но и всей России. Идея проекта – развитие событийного туризма в городе Казань как средство привлечения туристов из соседних регионов Поволжского федерального округа и других регионов России.

Фестиваль даст стимул продвижения туристского потенциала Республики Татарстан, так как это принципиально новый формат мероприятия для Республики Татарстан. Мероприятие сможет привлечь туристов со всей России.

Ожидаемые результаты реализации проекта:

- увеличение турпотока в город Казань;
- популяризация подобного рода фестивалей в Республике Татарстан;
- появление у жителей РТ новых ассоциаций с привычным детским праздником;
- ежегодное увеличение участников фестиваля.

Таким образом, проведение фестиваля «День Нептуна на озере Кабан» в городе Казань отлично скажется на продвижении туристского потенциала Республики Татарстан. Данный фестиваль будет принципиально новым продуктом для города Казань и республики, так как обычно подобные праздники проводятся на более локальном уровне. Мероприятие будет актуально как для взрослых, которые могут вспомнить свою молодость, так и для детей. Программа фестиваля позволит охватить большое количество людей, как из города и республики, так и из соседних регионов. Таким образом, данный проект поможет увеличить туристский поток в Республику Татарстан.

Базыгина В.А.

Н. рук.: преподаватель Штанчаева М.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г.Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГАСТРОТУРИЗМА В РОССИИ

Гастрономический туризм - знакомство с историей, культурой и традициями изучаемой местности. С каждым годом увеличивается количество регионов России, которые развивают увлекательные гастрономические туристические маршруты. В современном мире большое место занимают полуфабрикаты, и люди в поисках интересной и здоровой пищи приходят к выбору данного вида туризма. Гастрономический туризм начал своё развитие сравнительно недавно.

Россия – многонациональная поликультурная страна с богатой историей. Она обладает огромным потенциалом развития кулинарного туризма. В этом контексте особое место занимают такие регионы, как Республика Татарстан, Астраханская область, Республика Алтай, районы Золотого кольца, Русского севера, Кавказ, Сибири и Дальнего Востока

Актуальность изучения и разработки гастрономических туров обусловлена тем, что еда неотъемлемая часть жизни человека. Национальная кухня в большинстве стран мира туризм является одним из основных способов привлечения туристов.

Развитие туризма в пределах той или иной территории оказывает значительное влияние на транспорт, строительство, сельское хозяйство и так далее, тем самым по своему способствует социально-экономическому развитию. Кулинарный туризм дает возможность не только вкусно поесть, но и возможность понять, изучить культуру этносов и специфические черты той или иной территории. Все это подтверждает необходимость всестороннего изучения и развития данного вида туризма не только в теории, но и на практике.

Баклан С.А.

Н. рук.: преподаватель Арбузова М.В.

Институт морского и речного флота – КФ ВГУВТ

г. Казань, Россия

ПРОБЛЕМЫ РЕЧНОГО ТРАНСПОРТА И ПОДХОДЫ К ИХ РЕШЕНИЮ

В настоящее время проблемы внутреннего водного транспорта обуславливаются следующими факторами:

1. Техническое состояние флота. Очень высокая степень износа флота, навигационного оборудования, инфраструктуры и отсутствие нового флота.

2. Слабый менеджмент. Дефицит кадров.

3. Низкая степень развития рынка речных перевозок.

4. Неустойчивое экономическое состояние судоходных компаний.

5. Ограничение пассажирских перевозок на дальние расстояния в окрестные районы.

6. Недостаточное нормативно-правовое регулирование работы водного транспорта, в том числе маломерного флота.

Еще одной важной проблемой является значительное отставание работы внутреннего водного транспорта по сравнению с другими видами транспорта вследствие низкой конкурентоспособности и сезонности работы речного транспорта.

Таким образом, внутреннему водному транспорту республики, в первую очередь, необходимо найти внутренние резервы, которые позволят повысить конкурентоспособность и решить некоторые проблемы:

1. обновление и расширение речного флота, реконструкция портов;

2. создание единого транспортно-экспедиционного участка для рационализации взаимодействия с прочими видами транспорта.

3. восстановление практики взаимодействия предприятий внутреннего водного транспорта республики и соседних регионов для общей эксплуатации внутренних водных путей;

4. создание новых маршрутов дальнего и местного следования;

5. создание на участке рек Камы и Волги единого специализированного центра по техническому обслуживанию и ремонту флота, что позволит основательно сократить расходы предприятий на содержание собственных исправительных участков или производство ремонта флота за пределами Республики Татарстан;

б. разработка новых туристических и прогулочных маршрутов.

Бердникова Т.В.

Н. рук.: к.п.н., доцент Уварова М.В.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

ТУРИСТИЧЕСКИЙ МАРШРУТ

«ИНГУШЕТИЯ - МЕСТО ПЕРЕРОЖДЕНИЯ ДУШИ»

Самая маленькая, но при этом самая удивительная республика в составе РФ- Ингушетия. Регион щедро одаренный не только природными красотами, но и древними памятниками, необычайными по красоте пейзажами, старинными башнями и историями местных жителей.

Маршрут «Ингушетия-место перерождения души» предлагает отправиться в незабываемое путешествие и посетить такие места как: государственный природный заповедник «Эрзи», башенный комплекс в селении Эгикал и прекраснейший Амфитеатр под открытым небом.

Низвергающийся с отвесных скал Ляжгинский водопад, расположенный в глубоком лесном Армхинском ущелье на реке Ляжги, и уникальная Армхинская сосновая роща на левом берегу Армхи – этими удивительными памятниками природы смогут восхититься туристы пребывая в государственном природном заповеднике «Эрзи». Туристы поучаствуют в интерактивной программе «Островок души в Ингушетии», которая дает уникальную возможность прогуляться вдоль реки Асса верхом на лошади, устроить чайную церемонию прямо на вершине горы, а так же провести фотосессию у Джейрахского ущелья.

Эгикал- один из самых крупных башенных комплексов в Ингушетии где до сих пор сохранилось более ста различных построек, в том числе боевые башни.

Во время участия в интерактивной программе «От чего захватывает дух» туристы окажутся главными героями на съемке мини-фильма «Загадки Ингушетии». Незабываемая возможность познакомиться и послушать истории и легенды от местного старца. Поскольку место пропитано боевым духом прошлых лет, для туристов организован конкурс «Лучший защитник крепости».

Амфитеатр популярен тем, что в нем проходят массовые культурно-развлекательные мероприятия, концерты, выступают ингушские и российские звезды современной эстрады. Кроме этого, вокруг театра оборудованы площадки для торговли сувенирами и ларьки с местной кухней. Предлагаем туристам окунуться в местную культуру и провести время с удовольствием. Мастер-класс «Ингушетия угощает» туристы научатся готовить традиционное блюдо Ингушетии-сискал. Мастер класс «Ремесленник аула» научит туристов гончарному мастерству по-ингушски.

В стоимость туристического маршрута «Ингушетия-место перерождения души» входят следующие услуги: проживание в доме отдыха «Мужичи», трехразовое питание, услуги гида, трансфер «СпецЗаказ», страхование ЕРВ Оптима.

Бирюкова П.А.

Н. рук.: ст. преподаватель Карпеева А.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ФУНКЦИОНАЛ И ОБЯЗАННОСТИ СЛУЖБЫ ПРИЕМА И РАЗМЕЩЕНИЯ

Первая служба гостиницы, с которой встречается каждый гость, – служба приема и размещения. Ее персонал осуществляет основное взаимодействие с гостями и имеет самый длительный контакт с ними.

К важнейшим функциям службы приема и размещения относятся: встреча, регистрация и размещение гостей; бронирование номеров в гостинице; оформление расчетов при выезде гостя; предоставление различной информации; выдача ключей.

Проблемы гостиницы могут начаться с некачественной работы службы приема и размещения, поскольку именно с нее гость начинает свое знакомство с объектом размещения.

Одной из главных проблем, влияющих на работу гостиницы, является неправильная организация системы комплексной подготовки специалистов. Высококачественное обслуживание требует высококвалифицированных сотрудников. Работник службы приема и размещений должен быть высококвалифицированным и с психологическими личностными свойствами, так как происходит постоянный контакт с потребителями.

Путем решения данной проблемы мы видим в следующем: проведение различных обучающих тренингов, курсов повышения квалификации и организация системы наставничества.

Резюмируя вышесказанное, отметим, что работники данной службы вступают в непосредственный контакт с гостем, именно поэтому к ним предъявляют больше требований.

Большакова В.Ю., Самарцева А.Е.

Н. рук.: к.п.н., доцент Уварова М.В.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

ЦВЕТУЩАЯ ПРЕЛЕСТЬ АЗНАКАЕВСКОЙ ЗЕМЛИ

Из года в год туристские центры привлекают огромное количество туристов, которые в ходе своего путешествия, так или иначе оказывают влияние на природные и туристские объекты, нередко влияние оказывается негативное.

В последние годы наблюдается тенденция сохранности окружающей

среды, что ведет к необходимости рационального использования природных ресурсов и бережному отношению к культурно-историческим достопримечательностям. В связи с этим актуальным будет разработка маршрута с посещением природных заказников и заповедников.

Задачи разработанного авторами тура состоят в том, чтобы избежать или свести к минимуму негативные последствия от функционирования мировой туристической индустрии, путем просвещения туристов в темах рационального природопользования и сохранности значимых туристских объектов.

Цель данного тура - развитие экологического образования и воспитания туристов разных возрастов, освещение мировых и местных проблем в области экологии.

В ходе данного маршрута туристы приобретут навыки, умения и знания в области этноэкологии и природопользования.

Туристы побывают на самой высокой точке Республики Татарстан, посетят фольклорный фестиваль тюркских народов, который из года в год проводится исключительно на горе Чатыр-Тау. Главным мероприятием тура будет проведения эко-фестиваля «Красоту края сердцем чувствуя» в заказнике «Владимирский склон». Данные мероприятия направлены на распространение знаний о современном экологическом состоянии нашей местности, а также рассказать участникам тура о привычках, которые помогут наслаждаться природой, не нанося ей ущерб.

Продолжительность тура составит 2 дня/1 ночь.

Местом размещения туристов будет глэмпинг-городок на склоне горы Чатыр-Тау. Глэмпинг и включает в себя организованный комфортный отдых на лоне дикой природы.

Кроме ключевых событий тура туристы станут зрителями выступления культурного коллектива «Дефиле татарского национального костюма». Данное мероприятие будет отличной возможностью ознакомиться с этнической составляющей данной местности. Активный вид отдыха также представлен прогулкой верхом на лошадях по тропам живописной горы Чатыр-Тау. Будет

предоставлена уникальная возможность обозреть вид на пейзажи с высоты птичьего полета, осуществив полет на мотораплане.

В программе фестиваля «Чатыртаудажие»: работа интерактивных площадок; выставка-продажа изделий декоративно-прикладного искусства; мастер-классы по народным танцам; участие в играх и забавах.

Вечерняя кемпинг-программа у костра “Аулак”. Посиделки за песнями и разговорами до поздней ночи станет отличным завершением первого дня маршрута.

Побывав в г. Азнакаево туристы обязаны проникнуться не только видами, но и историей данной территории, что туристы могут сделать отправившись на экскурсию в Азнакаевский краеведческий музей.

Эко-фестиваль "Красоту края сердцем чувствуя". На эко-фестивале "Красоту края сердцем чувствуя", туристы смогут послушать познавательные лекции на темы экологии, сохранения Земли в чистоте и как начать переработку мусора дома от известных лекторов.

Так же на фестивале будет действовать beauty-зона, где расскажут, как создается косметика ручной работы, которая приносит пользу людям и не вредит природе и животным. Будут представлены зона экотехнологий, действующих на альтернативной энергетике, выставка платьев из вторсырья.

Несомненно, на протяжении всего тура туристам будет обеспечено трехразовое питание. В меню будут блюда национальной татарской кухни, приготовленные на открытых летних кухнях.

Бушкова К.В.

Н. рук.: к.э.н., доцент Кабиров И.С.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

СКАЛОЛАЗАНИЕ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ГОРНОГО ТУРИЗМА

Горный туризм в регионах нашей страны сочетает в себе различные виды активного отдыха и спортивного туризма. Для некоторых горный туризм

включает в себя альпинизм и скалолазание. Но для большинства обычных туристов горный туризм подразумевает регулярные пешие, велосипедные, конные прогулки и походы в горы, одним словом, треккинг.

Скалолазание как вид спорта существует уже давно. Даже в Советском Союзе первые официальные соревнования были проведены в 1949 году. В то время скалолазание было одной из основных категорий альпинизма. Сегодня скалолазание приобретает все больше поклонников, и превратилось из «кружка по интересам» в популярный вид досуга

Существует три вида скалолазания: сложное восхождение, включает в себя подъем на сложные участки всей дистанции; участки скоростного лазания, как правило, маршрут легкий и зависит от скорости альпиниста; боулдеринг, это небольшой, но очень сложный маршрут. Этот тип больше подходит для боулдеринга и огромных скал, а высота маршрутов обычно не превышает 10 метров. Иногда альпинисты проходят маршруты без страховки.

Таким образом, для занятий этим видом туризма необходимо отсутствие страха высоты и специальное снаряжение. Для многих скалолазов скалолазание - это не просто спорт, это культура, образ жизни. Выбрав на карте место, где есть скалистые участки, и отправившись туда на несколько дней в красивое путешествие, можно испытать незабываемые ощущения и познакомиться с экстремальностью этого вида туризма. Обучение технике скалолазания и знание правил безопасности при прохождении спортивных маршрутов обеспечит наш регион компетентными кадрами и будет способствовать развитию внутреннего и въездного туризма.

Вересова П.А.

Н. рук.: д.э.н., профессор Шабанова Л.Б.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Туризм – одна из наиболее динамично развивающихся отраслей мирового

хозяйства. Интенсивно он развивается в регионах, которые обладают благоприятными природными условиями. Органы государственного управления уделяют особое внимание развитию туризма, так, перспективы развития туристической отрасли закреплены в Стратегии и Программе социально-экономического развития Алтая до 2028 года. Согласно положениям государственной программы Алтайского края, одними из главных направлений развития туризма в регионе является реализация мероприятий по содействию развития сельского туризма через инструменты субсидирования затрат на строительство, реконструкцию гостевых домов и пр. Стратегия развития предусматривает масштабное строительство туристской инфраструктуры горнолыжного, оздоровительного туризма.

Основную долю рынка туристических услуг в регионе занимают компании, оказывающие услуги туристических баз, которые можно условно разделить на несколько категорий. Базы первой категории предлагают услуги по самой низкой цене на рынке. В их услуги включается аренда палаток, спальных мешков. Базы второй категории рассчитаны на обслуживание гостей в летний период. Проживание предлагается в неотапливаемых домиках или коттеджах на несколько номеров. Третья категория комплексов предоставляет более качественные услуги. Такие базы подходят для проведения различных корпоративных мероприятий. Базы работают круглый год, однако, не все номера оборудованы отоплением, поэтому посещаемость в зимний период может снижаться. В основном они находятся в непосредственной близости от крупных автомобильных трасс, что определяет их роль как магнита развития туристического рынка Алтайского края.

Волкова А.Д.

Н. рук.: преподаватель Штанчаева М.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ В РАЗВИТИИ АКТИВНОГО ОТДЫХА И ТУРИЗМА

В настоящее время популярность активных видов туризма постепенно приобретает массовый характер. Население, живущее в условиях неблагоприятной экологической обстановки, нуждается в отдыхе на чистом воздухе. С помощью активного туризма появляется возможность снизить общую заболеваемость, повысить работоспособность и вызвать стремление к познанию чего-то нового. Кроме того, именно такой вид туризма больше других воспитывает у людей любовь к родной природе.

Стоит отметить, что развитие этого вида туризма зависит от следующих факторов: природное богатство, наличие большого разнообразия несложных активных маршрутов, самостоятельность туристов, оптимальная продолжительность туров.

Активный отдых - то проявление туризма, что дает шанс отдохнуть от суеты городской жизни и насладиться единением с природой, где человек уже не кажется главным. В таком виде отдыха есть место и физической активности и культурно-историческому аспекту, ведь узнать интересные факты о регионе также важно. Такой туризм охватывает большую долю населения - молодые люди, что с каждым годом становятся все более заинтересованными в отстранении от жизни в мегаполисах и заботе об экологии, поколения постарше также проявляют желание получить яркий всплеск эмоций, забыв о реальности. В таких турах есть место и подростковой группе людей - все это воспитывает любовь к природе и осознанность взаимодействия с ней.

Вожакова А.С., Галиева Д.Д., Красовская Э.В.,

Масленникова В.С., Соколова С.С.

Н. рук.: к.п.н., доцент Уварова М.В.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

**ТЕМАТИЧЕСКИЙ ТУР ПО КОНЦЕПЦИИ ПОЗНАНИЯ ИСТОРИИ
И КУЛЬТУРЫ АКТАНЬШСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ
ТАТАРСТАН «АКТАНЬШ – НАЧАЛО ПУТИ»**

Актаньшский район – самое настоящее спасение от серых будней. Это начало пути первого президента Республики Татарстан. Это единение с природой и умиротворение с самим собой. Это центр татарской культуры, ведь население составляет 98% татар.

Целью работы является: разработать двухдневный комбинированный тур по Актаньшскому району Республики Татарстан, с целью изучения культуры и национальной кухни татарского народа.

Задачи: Провести мониторинг объектов показа по данной территории; Составить маршрут, Разработать интерактивные программы; Подобрать партнеров, таких как - по транспортному сопровождению, гида, проживанию и питанию.

Туристический маршрут «Актаньш – начало пути» рассчитан на потребителей, увлекающихся природным, экологическим видами туризма, в возрасте от 18 до 55 лет. Тур направлен на вовлечение туристов в сферу развития духовных ценностей и активного отдыха.

Тур рассчитан на период с июня по сентябрь. Количество участников может достигать от 10 до 20 человек. Продолжительность маршрута составляет 2 дня и 1 ночь.

В ходе тура туристы посетят Дом-музей первого президента Республики Татарстан М. Шаймиева, где познакомятся с родовым наследством и историей жизни Президента; Прогуляются по парку «Бабайда кунакта»; Примут участие в татарской национальной свадьбе «Никах» в древних обычаях в с. Поисево;

Посетят Актанышский краеведческий музей, где узнают о древних поселениях на территории района; Прогуляются по с. Старое Байсарово, где сохранилось здание эвакуационного госпиталя, который существовал во времена ВОВ.

В первый день туристы прибывают в д. Аняково, где проходить экскурсия по Дому-музею М. Шаймиева. Затем туристов ждёт прогулка по парку «Бабайда кунакта», который был построен по приказу М. Шаймиева. Далее в соседнем с. Поисево проходит демонстрация татарской национальной свадьбы «Никах» в древних обычаях. Туристы смогут принять участие в этом торжестве. Под вечер, после нашей программы туристы отправляются в с. Актаныш, где размещаются в гостинице «Актаныш». После размещения в номерах следует свободное время.

Во второй день туристы выселяются из гостиницы. Отправляются в Актанышский краеведческий музей. Далее туристов ждёт Трансфер до д. Старое Байсарово. Проходит прогулка по д. Старое Байсарово, в деревне сохранилось здание эвакуационного госпиталя, который существовал во времена ВОВ. И под конец трансфер в пункт отъезда.

Питание предоставляет кафе национальной кухни «Татар ихатасы».

Трансфер обеспечивает компания «Буслюкс».

Страхование наших туристов предоставляет СберСтрахование.

Расчет стоимости тура на 20 человек + 2 сопровождающих составляет: на 1 человека 7975 рублей.

Вожакова А.С., Галиева Д.Д., Красовская Э.В.,

Масленникова В.С., Соколова С.С.

Н. рук.: к.п.н., доцент Уварова М.В.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ТУР «РЫБНЫЕ ВЫХОДНЫЕ»

Рыбно-Слободский район – самое настоящее спасение от серых будней. Отложите свои гаджеты в сторону и приготовьтесь к единению с природой:

прогуляйтесь по берегу Камы, соберите целый букет трав и ягод, подружитесь с пятнистыми маралами и оленями на «дикой ферме» и обязательно попробуйте местные фирменные блюда из рыбы.

Целью работы - разработать трёхдневный комбинированный тур по Рыбно-Слободскому району Республики Татарстан, с целью вовлечения туристов в сферу рыбалки и изучения национальной кухни татарского народа.

Задачи: Осуществить анализ туристского потенциала данного района, подобрать локации для активного отдыха и рыбалки, сформировать программу тура, разработать интерактивные программы и мастер-классы., подобрать средство размещения, транспортную компанию и гида.

Туристический маршрут «Рыбные выходные» рассчитан на потребителей, увлекающихся рыбалкой и природным, экологическим видами туризма, возраст туристов от 18 до 55 лет, которые увлекаются рыбалкой и гастрономией.

Количество участников может достигать от 10 до 20 человек. Продолжительность маршрута составляет 3 дня и 2 ночи.

В первый день после прибытия, туристы размещаются в гостевом доме «Усадьба рыбака». В этот день их ожидает фестиваль рыбы «Золотая рыбка Рыбака», Квест-игра, мастер-класс «Тайный рецепт царской ухи».

Во второй день туристы отправляются на природу, где будет проходить мастер-класс по готовке «Ухи по-царски». Затем следует пешая прогулка до Экопарка «Дикая ферма», где будет проходить гастрономическое шоу. Затем туристов ожидает ярмарка «Дары Слободы».

В третий день туристов ждёт экскурсия по краеведческому музею и экскурсия в Чаллыновское городище.

На протяжении всего тура туристы будут питаться в столовой гостевого дома, в рыбном ресторане, также на природе.

Трансфер предоставляет Транспортная компания «Буслюкс».

Страхование обеспечивает «СберСтрахование».

Расчёт себестоимости тура на 20 человек + 2 сопровождающих составляет на 1 человека 21890 рублей.

Галиева И.Р.

Н. рук.: преподаватель Арбузова М.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Республика Татарстан

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕЧНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

В большинстве регионах России водный транспорт занимает значимое место в жизни людей. Но в Татарстане несмотря на все необходимые ресурсы речной туризм не так популярен.

Самая главная проблема, без решения которой невозможно развитие водного транспорта – это возраст судов и береговая инфраструктура. Например, в Набережных Челнах было запущено судно, но из-за поломки единственного судна рейс был выпущен позже. А в городе Свияжске долгое время не могли быть запущены маршруты из-за устаревшей инфраструктуры. Также одной из основных проблем является отсутствие необходимой сети топливных заправочных станций для заправки яхт и катеров на Волге и Каме.

Проблема водного туризма может решиться если найдется инвестор, который готов взять на себя все затраты и усердно заняться развитием речного транспорта, ведь на данный момент главная проблема стоит как раз в нехватке средств. С появлением человека, который будет готов взять на себя это будут постепенно появляться новые суда и открываться новые маршруты, будет реконструироваться причальная и береговая инфраструктура, что тоже является основой для развития водного туризма. Проблема подготовки кадров специалистов по туризму и по работе на средствах водного транспорта в Республике Татарстан решена в полном объеме. Не хватки специалистов не наблюдается. Вместе со всем этим начнет повышаться осведомленность населения и будет появляться все больше туристских продуктов по водному туризму.

Галиуллина А.Л.

Н. рук.: преподаватель Арбузова М.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Республика Татарстан

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КРУИЗНОГО ТУРИЗМА В РФ

На данный момент в мире существует множество видов туризма, которые не перестают появляться и развиваться каждый год. Существует множество перспективных направлений, одно из таких – круизный. Сейчас, данный вид туризма расширяется, в него вкладывают большие средства государства. Наибольшее развитие круизный туризм получил в странах Азии, Северной Америки и Западной Европы. У нас, в России, большую популярность имеют речные круизы. В данном направлении наша страна по наличию водных ресурсов не уступает позиции в отношении других стран.

Круизный туризм очень интересное направление, ведь туристы, проводящие целый день на борту, могут насладиться вкусным питанием, удобными каютами разных классов, развлекательными программами, а самое главное и ключевое, что всё это происходит на судне, которое идет, огибая красивые и живописные места. На данный момент самыми популярными круизами в России являются: Ладожская кругосветка, маршруты по Волге, Круиз «Штаны» (юг нашей страны), Московская кругосветка, Пробуждение Байкала, круиз по Чёрному морю, Театральный круиз (Москва – Калязин – Ярославль – Кострома – Мышкин – Тверь – Москва).

Как бы ни был замечательно развит данный вид туризма в нашей стране, всегда найдутся проблемы, и сейчас мы не можем двигаться дальше, ведь они требуют решения.

1. Достаточно высокая стоимость услуг при невысоком уровне обслуживания.
2. Ухудшающаяся портовая и причальная инфраструктура.
3. Отсутствие современного флота, максимальная его изношенность.

Решение указанных проблем позволит компенсировать потери, связанные

с последними событиями и в связи с этим изменениями структуры рынка туризма. А значит, позволит развивать круизный туризм в нашей стране.

Гильмутдинова К.Т.

Н. рук.: преподаватель Галеева Д.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

КОННЫЙ ТУРИЗМ

Наиболее популярными видами туризма можно считать: лечебно-оздоровительный, спортивный, познавательный. Спортивно-оздоровительный включает в себя те составляющие спортивного и оздоровительного туризма, которые будут способствовать оздоровлению человека путем активного отдыха без риска для здоровья. В него входят различные виды туризма, в том числе и конный туризм.

Конный туризм - это международный вид спорта и активного отдыха, который помогает укрепить здоровье, пройти верхом по маршрутам, преодолеть различные сложности. Верховая езда становится наиболее популярным видом туризма, так как интерес и потребность в лошадях практически остается неизменным. Главной особенностью конного туризма является то, что он содержит в себе все интересы, присутствующие в других видах туризма такие, как спортивный, оздоровительный, психологический. Преимуществом конного туризма является то, что во время похода всё снаряжение и груз транспортируются не на спинах путешественников, а в перемётных сумках, притороченных к седлу верховой лошади или в экипаже, или на специально предусмотренных для этого вьючных лошадях.

Конный туризм активно развивается на территории Российской Федерации. В России каждый регион отличается своим климатом, ландшафтом, особенностью, уровнем организации и предоставлением услуг.

Гиметдинов Д.З.

Н. рук.: к. г. н., доцент Зяблова О. В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ ГОСТЕПРИИМСТВА АРМЯНСКОГО НАРОДА

Армяне – народ, исторически проживающий в Закавказье, в границах Армянского нагорья.

Армянский язык очень древний и делится на два диалекта: западно-армянский и восточно-армянский. В основе западно-армянского диалекта лежит стамбульский диалект, а в восточно-армянском в основе лежит диалект Еревана и Тбилиси. В армянском алфавите 36 букв (7 гласных и 29 согласных).

В основе развития отраслей сервиса и туризма Армении лежит национальное армянское гостеприимство, которое предполагает уважительное отношение к гостям и чужестранцам, а также любовь и почтение к собственной культуре. Особым почитанием пользуются пожилые люди, независимо от национальности, профессии и дохода, а также священнослужители и люди общественно значимых профессий — врачи, учителя, военные. Особую атмосферу в обслуживание туристов и путешественников вносит традиционное очень развитое чувство юмора армян и доброжелательность местного населения.

Гостеприимство армян — это особая многовековая культура, опирающаяся на гастрономические, бытовые и культурные традиции, которые хотя и несут в себе отпечаток характерных черт гостеприимства народов Закавказья, но и отличаются уникальностью и неповторимостью. Помимо традиций гостеприимства, Армения располагает весьма значимыми туристскими ресурсами – красивой природой, древними городами, древними ремеслами и туристской инфраструктурой.

Гурьянова А.А.

Н. рук.: к.э.н., доцент Кабиров И. С.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИЗМЕ

В туризме в последние десятилетия произошли серьезные изменения, связанные с развитием научно-технического прогресса. Существует несколько информационных технологий, которые связаны с обработкой и передачей информации. К таким технологиям относятся: мультимедийные технологии и электронная коммерция.

Мультимедийные технологии включают в себя каталоги и справочники. В них можно найти подробную информацию о странах, маршрутах, отелях. Кроме того, в каталогах представлена подробная информация о правилах поведения в экстремальных ситуациях и правильном оформлении документов. Туристам предоставляется возможность планировать тур с учетом цен, скидок, сезона, транспорта. Еще одной современной информационной технологией в туризме являются виртуальные путешествия и туры. У зрителей есть возможность увидеть памятники и музеи до того, как они действительно их посетят. Это вид на различные движущиеся панорамы (здания, улицы, парки, территории отелей, и т.д.).

Электронная коммерция позволяет делать покупки дома в режиме реального времени. Это стало возможным благодаря Интернету и электронным платежным средствам. Создание виртуального туристического офиса позволяет расширить географию продаж и привлечь дополнительных клиентов.

Таким образом, информационные технологии имеют особое значение для каждого туристского предприятия, поскольку является одним из наиболее важных этапов взаимодействия организации и потребителя, как субъектов рынка. На сегодняшний день наиболее популярными информационными технологиями являются: мультимедийная и электронная коммерция, которые позволяют усовершенствовать индустрию туризма.

Дарьина П.Е.

Н. рук.: к.э.н., доцент Кабиров И.С.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

НЕОБХОДИМОСТЬ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Знания иностранных языков важны для развития международного туризма. Туристская индустрия тесно связана с изучением и использованием основных международных языков: английский, испанский, китайский и др. Что касается английского языка, он оказал огромное влияние на развитие международных отношений, поэтому сегодня сложно представить формирование турпродуктов без его использования. Многие образовательные организации предоставляют возможность корпоративного изучения английского языка для специалистов в области туризма.

К примеру, языковая школа Friends преподает по Кембриджской коммуникативной методике, которая заключается в том, студенты погружаются полностью в языковую среду и через языковые ситуации формируют четыре основных навыка: чтение, письмо, речь и аудирование. Данная система упрощает восприятие нового материала и позволяет активно использовать его в речи. Данная методика позволит освоить базовый уровень знания (beginner), равный уровню выживания в другой стране, бытовой уровень (elementary), более высокие уровни (pre-intermediate, intermediate) для взаимодействия с международными компаниями и предоставлении отечественного продукта на международном рынке.

Хороший менеджер турагентства должен уметь предлагать свои услуги на английском языке, поскольку, это не только увеличивает целевую аудиторию, но и оказывает благоприятное воздействие на репутацию и конкурентоспособность компании. Вышесказанное свидетельствует о том, что изучение и владение иностранными языками оказывает благоприятное воздействие на развитие международного туризма страны.

Евстафьева В.О.

Н. рук.: д.э.н., профессор Шабанова Л.Б.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ В РАЗВИТИИ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

Самарская область обладает большими запасами природных ресурсов для развития сельского туризма. Климат континентальный. Особенности являются: засушливость, интенсивный ветер, изменение количества осадков.

Наиболее перспективно развивать сельский туризм в селах и деревнях, малых городах с характерной традиционной архитектурой, сельскохозяйственных фермах и в достопримечательностях народной культуры под открытым небом. Данный вид туризма охватывает сельскохозяйственный туры и другие туристические мероприятия в сельской местности, такие как: прогулки на лошади, в музеи и ознакомление с объектами культурного наследия.

Основная причина возникновения и развития сельского туризма – потребность горожан отдохнуть наедине с природой. Туристы обретают силу и энергию во время общения с природой. Реализовать потенциал российского гостеприимства через развитие сельского туризма – один из главных вызовов, стоящих сейчас перед российским аграрным сообществом.

Сельский туризм – это возможность экономического подъема села, его дальнейшего процветания и восстановления значимости сельских территорий как истинных хранителей культурных традиций. Он позволит не только повысить самооценку сельского населения, но и даст возможность развития сельского производства. На сегодняшний день сельский туризм в Самарской области является одним из перспективных направлений, которое в последние годы активно развивается в российских регионах.

Емельянова Е.С.

Н. рук.: ст. преподаватель Карпеева А.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ЗНАЧЕНИЕ ЗВЕЗДНЫХ РЕЙТИНГОВ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

В гостиничной индустрии звездные рейтинги используются для оценки качества отелей. Хотя не существует международного стандарта для определения того, что на самом деле означают звездные рейтинги, самая популярная версия этой системы связана с путеводителем Forbes, где отели оцениваются на основе установленных критериев. А сама пятизвездочная система была создана нефтегазовой компанией Mobil.

В разных странах используются совершенно разные подходы к присвоению звезд. Проблема еще больше усугубляется определением «качества» в каждой отдельной рейтинговой системе. Каждый звездный рейтинг варьируется в зависимости от того, кто составляет рейтинг. Некоторые страны более директивны, чем другие.

Звездные рейтинги имеют огромное значение в гостиничной индустрии, потому что многие гости тратят время на изучение отелей, прежде чем сделать заказ. Хотя сарафанное радио и отзывы других клиентов важны, звездные рейтинги могут иметь дополнительный вес, поскольку оценивающие имеют опыт работы с большим количеством различных объектов средств размещения.

Важность рейтингов звездности отелей еще больше подчеркивается шагами, которые предпринимают работники гостиничной индустрии для достижения более высоких рейтингов, и на, то есть веские причины. Повышение звездного рейтинга может помочь отелям генерировать больше бронирований и взимать более высокие тарифы, в то время как снижение может иметь прямо противоположный эффект.

Жорина К.Д.

Н. рук.: д.э.н., профессор Шабанова Л.Б.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИЗМА В ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Ленинградская область обладает большим культурным и туристическим потенциалом для развития классических видов туризма: экотуризма, сельского туризма, активного отдыха.

Самыми посещаемыми туристами районами Ленинградской области являются Выборгский, Волховский, Приозерский и Гатчинский. Объекты туристического интереса Ленинградской области: Выборгский замок, Корельская крепость, Староладожская крепость, Тихвинский Богородицкий мужской монастырь, крепость Орешек (Шлиссельбург), Государственный музей-заповедник «Гатчина», Парк Монрепо, усадьба Приютино, усадьба Рождествено, объекты быта, Вепсская пещера, Вепсский лес.

На территории Ленинградской области расположено более 500 объектов культурного наследия, в том числе:

12 монастырей;

Более 250 православных храмов;

Более 780 средств коллективного размещения, в том числе базы отдыха, туристические базы и гостиницы, учреждения детского отдыха, санатории и пансионаты;

Более 1 500 мест общественного питания;

Более 180 туристических фирм;

13 информационно-туристический центр;

Историческими и культурными центрами региона, обладающими высоким потенциалом развития и привлечения туристов, являются города Выборг и Гатчина.

Выборг расположен в 122 км от Санкт-Петербурга, является одним из

крупнейших и хорошо сохранившихся памятников средневековой европейской культуры на территории Российской Федерации. Среди достопримечательностей-Выборгский замок, библиотека Алвара Аалто, Парк Монрепо. Выборг, основанный в Средние века шведами, является единственным историческим поселением Ленинградской области.

Туристическая инфраструктура города Выборга:

28 средства коллективного размещения;

Более 150 мест общественного питания;

35 туристических фирм;

Более 300 памятников истории, культуры, архитектуры;

3 информационно-туристический центр;

Гатчина-крупнейший город Ленинградской области (население составляет 96 тыс. человек), расположенный в 47 км от Санкт-Петербурга. Гатчина является промышленным, научным, культурным и образовательным центром Ленинградской области. Архитектура Гатчины является одним из наиболее ценных памятников русской градостроительной культуры XVIII-XIX веков. Главная достопримечательность города-дворцово-парковый ансамбль, основным элементом которого является Большой Гатчинский дворец.

Туристическая инфраструктура г. Гатчины:

13 средства коллективного размещения;

22 место общественное питание;

22 туристические фирмы;

45 памятников истории, культуры, архитектуры;

1 Информационно-туристический центр.

Закиров И.М.

Н. рук.: д.э.н., профессор Шабанова Л.Б.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

АРАЛЬСКОЕ МОРЕ БОЛЬШЕ НЕ БУДЕТ ТУРИСТСКИМ РЕСУРСОМ

Аральское море, расположенное на границе Казахстана, бывшее уникальным и одним из крупнейших закрытых водоемов мира, практически за полвека оказалось на грани полного исчезновения, что обернулось невиданной катастрофой и непоправимым ущербом для жизнедеятельности проживающего здесь населения, экосистемы и биологического разнообразия Приаралья. Аральское море до 1960 года являлось одним из самых больших замкнутых водоемов мира с площадью 68,9 тыс. кв. км. Зона Аральского моря была регионом с огромным разнообразием животного и растительного мира. Кроме того, Аральское море играло важную роль в развитии экономики региона, его промышленных отраслей, в обеспечении занятости населения, в формировании стабильной социальной инфраструктуры.

Происхождение Аральской экологической проблемы связано с осуществлением принятых в 1950-1980 годах союзными и республиканскими органами решений об увеличении производства в Казахстане и республиках Средней Азии хлопка и риса, которые обеспечивают потребности страны. В результате непрерывного увеличения объемов водозабора из рек к 2009 году Аральское море покинуло города, которые стояли на его берегах. На сегодняшний день площадь моря сократилась практически до 8 тысяч квадратных километров и разделилась на два изолированных водоёма – Малое и Большое моря. Аральская катастрофа повлекла за собой целую серию негативных последствий - от опустынивания и аридизации климата до деградации животного мира. Иссущение моря затронуло весь район его бывшей акватории в целом: закрытие портов, прекращение рыбной ловли в связи с тем, что солёность воды выросла в 10 раз и многие виды флоры и животный мир не сумели выжить в резко изменившихся условиях. Изменился и климат

Аральского моря - лето стало ещё суше и жарче, а зима холоднее и продолжительнее. Кроме того, ветра разносят с осушённых территорий огромное количество пыли, содержащей морскую соль, пестициды и многие другие химические вещества. Это одна из основных причин высокой смертности среди жителей региона, особенно среди детей. Сегодня во всем мире наблюдается угрожающее влияние Аральской катастрофы. По оценкам специалистов, ядовитые соли Приаралья были обнаружены во многих частях Земли.

К большому сожалению, сегодня стало практически очевидно, что восстановить Аральское море в полной мере уже невозможно. Важнейшей задачей современности является сокращение пагубного воздействия Аральского кризиса на окружающую среду и жизнедеятельность миллионов людей, проживающих в Приаралье.

Зиннуров А.И., Павлов Д.П., Каралов Б.К.

Н. рук.: к.п.н., доцент Уварова М.В.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

ПРОЕКТ «ВОЛЖСКИЙ УЛОВ»

Наша страна богата крупными реками и озерами. Россию омывает 13 морей, из которых одно замкнутое — Каспийское. А сколько по территории протекает мелких рек и ручьев! Если посчитать их вместе с крупными, получится более 2 миллионов 800 тысяч, а если сложить их общую длину, выйдет более 12 миллионов километров. Благодаря такому разнообразию в водоемах живет огромное количество рыб, моллюсков, ракообразных и других подводных обитателей. Рыбалка в России — больше, чем просто тихая охота на них. Ценители такого вида отдыха выезжают на природу, чтобы еще насладиться красотой мест, отвлечься от городской суеты, побыть в тишине и перезагрузиться.

«Динамика прироста внутреннего организованного турпотока

относительно 2020 г., по данным АТОР, в 2021 г. оценивается в +30%. Доля организованного туризма в общем потоке внутренних туристов в 2021 выросла еще на 3% по сравнению с 2019 г и составляет 23%». Согласно АТОРу, в 2021 году значительно увеличился спрос россиян на путешествие внутри России. Наиболее популярным направлением стал экскурсионный туризм по различным культурным местам и достопримечательностям.

Рыбно-Слободский район может предоставить и то и другое заинтересованным туристам, благодаря своей интересной и уникальной истории и культурному наследию, начиная с истории основания, продолжая историей рыболовства и заканчивая кружевоплетением и ювелирным делом, которым занимались целые семейные династии.

Рыбно-Слободский район позволяет реализовать рыболовный и культурно-познавательный туризм. Благодаря своему местоположению, Рыбно-Слободский район имеет выход к Куйбышевскому водохранилищу (Камы), а в следствии и своего культурного наследия, готов предложить туристам интересную историю района.

Значимость проекта «Волжский улов» заключается в популяризации сельского, рыболовного, культурного-познавательного туризма на примере Рыбно-Слободского района и его административного центра Рыбная Слобода.

Активный культурно-познавательный тур «Волжский улов» по Рыбно-Слободскому району уникален тем, что он сочетает в себе культурно-познавательный и активный, рыболовный вид туризма, мастер-классами, интерактивными программами и прочими активностями. Помимо интересной истории Рыбно-Слободского района, начиная с археологии и именьковской культуры и заканчивая XVII-XVIII вв. прошлых веков, туристов ждет размеренная рыбалка на богатом камском водохранилище, которая славится в здешних краях богатым уловом, мастер-класс по кружевоплетению на коклюшках, как делали это издавна и чем так же, как и рыболовство, славилась Рыбная Слобода, вкусные, знаменитые «рыббургеры» и другая местная, национальная еда, способная удовлетворить гурманов. Тур сможет

удовлетворить потребности и в культурно-познавательном и в активно-рыболовном туризме, а дополнительный комфорт, местный гид-экскурсовод, удобный трансфер и вкусная еда не испортит дальнейшее впечатление в перерывах между программами, дав возможность туристам отдохнуть и поделиться впечатлениями друг с другом.

С целью популяризации культурно-познавательного и рыболовного туризма, посредством пропаганды культурного и природного наследия Республики Татарстан, команда представляет разработанный тур на 4 дня.

Маршрут ориентирован на тех, кто любит познавать новое, кто любит рыболовное дело, красоту и культуру народов России, которые восстанавливают связь между прошлым и будущим. Помимо взрослых, тур может подойти и детям.

Туристам будет предоставлено транспортное сопровождение, средства размещения, местный гид, 3-ех разовое питание. Обед представлен национальной кухней и известными рыббургерами. Всего группа будет состоять из 20-ти человек. Количество заездов в год осуществляется 16 раз.

Маршрут туристического продукта включает в себя следующие населенные пункты: п. Рыбная Слобода – с. Большой Ошняк – п. Рыбная Слобода – п. Тябердино-Челны – д. Степановка – с. Рыбная Слобода – с. Троицкий Урай - Больше-Елгинского сельского поселения – п. Рыбная Слобода.

Кабиров А.А.

Н. рук.: к.э.н., доцент Кабиров И.С.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ИНФОРМАТИЗАЦИЯ КАК ДВИГАТЕЛЬ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА

Информатизация - одна из самых ярких черт системы общественных отношений в развитых странах. Человечество вступило в ту фазу развития цивилизации, когда информация и знания играют решающую роль во всех сферах человеческой деятельности. В то же время информация становится

важнейшим фактором экономического роста в современном обществе.

Информационные технологии улучшают туристский бизнес, поэтому туристические компании должны оставаться инновационными и продолжать развиваться, потому что от этого зависит их успех.

Благодаря информационным технологиям и интернету, туризм стремительно развивается. Туристический бизнес становится всё более популярным в бизнес-секторе, ежегодно в стране открываются тысячи новых туристических агентств, формируются сотни филиалов и представительств зарубежных туристических компаний. В интернете также появляются тысячи самостоятельных разделов - туристические агентства, отели, авиакомпании, десятки систем бронирования. Поэтому туристическим агентствам не следует пренебрегать интернетом в своей работе. Более того, интернет не только может считаться конкурентом в бизнесе, но также может оказать неоценимую информационную помощь. В интернете ценится оперативность и свежесть информации, а современные технологии позволяют их ежедневно обновлять.

В настоящее время невозможно себе представить ведение бизнеса без информационных технологий и в туризме это чувствуется особенно остро. В первую очередь, любое общение с партнёрами, получение подтверждений бронирования - невозможно без использования информационных технологий. В настоящее время предложение туристических продуктов может быть предоставлено только качественно через сайты туристических компаний.

Калининская С. А.

Н. рук.: преподаватель Арбузова М. В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Республика Татарстан

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ В РОССИИ

На современном этапе развития туризм представляется одной из преимущественно значительных и динамично развивающихся сфер,

приносящий доход нашей стране. Его развитие важно для выработки валового внутреннего продукта и валового национального продукта. Формирование сервиса и туризма имеет большое значение для страны в целом.

Наша страна обладает огромным потенциалом для развития внутреннего и въездного туризма. Природное и культурно-историческое наследие России позволяет развивать все виды туризма.

Ключевыми факторами, удерживающими развитие внутреннего и въездного туризма, представляет неразвита туристская инфраструктура, недостаток подходящих критерий для инвестиций, низкое качество сопровождения туристов и плохие действующие имиджевые обозначения России как туристической державы на внутреннем и международном рынках, что показывает отрицательное воздействие на рейтинговые показатели страны.

В связи со сложившейся политической ситуацией в мире, резко сократилось количество поездок российского народа за границу – минимум на 15%, в то время как падение курса рубля, нарастило престижность стоимости на путешествия по России для иностранных туристов. Интересно, что общее число поездок в России с целью туризма уменьшилось на 3%, а по служебным причинам, напротив, поднялось на 8%.

Развитие туризма как никакая прочая сфера экономики активизирует создание рабочих мест и развитие малого бизнеса, перераспределяет средства между странами, проявляет стимулирующее воздействие на такие секторы экономики, как транспорт, связь, сфера услуг, торговля, строительство.

Кирюхина М.И.

Н. рук.: к.э.н., доцент Кабиров И.С.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПРОЕКТ «КУРИНЫЕ ИСТОРИИ: ОТ А ДО Я»

В последние годы бурно развивается промышленный туризм. Многие люди не хотят активно осматривать объекты и незаконно проникать на их

территорию, поэтому посещают экскурсии на действующие производства. Изучив потенциал района, мы пришли к выводу что необходимо привлечь гостей и жителей Татарстана в Пестречинский район. В связи с этим был создан проект для предприятия ООО «Пестречинка», одной из крупнейших птицефабрик. Проект подразумевает 6 интересных локаций, на одной из них у участников будет возможность поучаствовать в мастер-классе по приготовлению различных блюд.

Локация 1. История и развитие ООО «Пестречинка». Здесь туристам расскажут о том, как становилось предприятие.

Локация 2. Здесь расскажут и покажут новейшее оборудование для разделки мяса птицы и инкубаторы.

Локация 3. Этапы взросление курицы (рассказ про кормовой цех и чем питается птица).

Локация 4. Посещение разделочно-упаковочного цеха.

Локация 5. Возвращение в павильон, где будет проводится мастер-класс по приготовлению продукции «Пестречинки». Дегустация продукции.

Локация 6. Торговая точка, где можно приобрести продукцию.

Таким образом, можно отметить, что развитие и популяризация проекта «Куриные истории: от А до Я» может стать фактором повышения привлекательности Пестречинского района и развития не только туристической инфраструктуры, но и промышленности в целом, что в свою очередь позволит увеличить доходы регионального бюджета, количество рабочих мест и качество жизни местного населения.

Королёв А.Е.

Н. рук.: к.п.н., доцент Уварова М.В.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ВЫЕЗДНЫЕ КВЕСТЫ

Описание разработки. Проект «Индивидуальные выездные квесты»

рассчитан на людей в возрасте от 14 до 60 лет. Бизнес-проект «Индивидуальные выездные квесты» рассчитан на круглый год, с января по декабрь, повышенный спрос в мае, июне, июле, августе и сентябре.

Количество участников может достигать от 4 до 30 человек. Продолжительность составляет не больше 4-х часов.

Пример программы квеста «Пир-р-раты»

7:00-8:30 – Выезд на локацию группы формирования квеста

8:30-11:00 – Подготовка квеста группой формирования

11:00-12:00 – Обед группы

12:00-12:15 – Встреча участников

12:15–14:00 Проведение квеста «Пир-р-раты»

14:00-14:30 – Подведение итогов

14:30-15:30 – Уборка территории квеста, сбор всего оборудования

15:30-17:00 – Приезд в офис

Квест «Пир-р-раты» рассчитан на небольшие группы от 6 до 16 человек в возрасте от 4-х до 14 лет.

Участники играют с актерами в игры для разминки, после приступают к поискам первой подсказки, все загадки логические и нацелены на формирование командообразования. Все загадки приведут участников в другую локацию, где они обнаружат сундук с сокровищами. В конце памятное фото. Фото и видео сопровождение всего квеста отдается бесплатно.

Кудашева Д.С.

Н. рук.: преподаватель Галеева Д.Р.

Колледж КИУ

г. Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ТУРИСТСКОЙ СФЕРЕ

На сегодняшний день маркетинговые исследования обширно применяются в больших фирмах гостиничной сферы. Маркетинговые

исследования являются главным механизмом, который может помочь компании изучить рынок, поведение покупателей, продукцию, конкурентов.

Методов маркетинговых исследований с годами становится больше, и все они без исключения могут поспособствовать предприятию, раскрыть новые способы ведения бизнеса и привлечения покупателей.

Маркетинговые исследования должны отвечать определенным принципам: комплексность и систематичность в их проведении; соблюдение научного подхода; последовательность действий; соответствие общепринятым принципам честной конкуренции.

Маркетинговые исследования именно потребителей можно определить, основываясь на то, что потребительские исследования изучают поведение потребителей; потребительское поведение предполагает потребление, потребление включает приобретение, использование и распоряжение продуктами, продуктом является товар, услуга, объект. Всё это может представлять ценность для человека.

Маркетинговые исследования потребителей – это важнейший инструмент маркетинга, который выявляет предпочтения, мотивации и поведение целевой аудитории. Используя разные методы исследования клиентов для сбора данной информации, между отдельными клиентами выявляются общие черты и затем создаются потребительские сегменты, над которыми впоследствии проводятся маркетинговые кампании.

Леонтьева К.А.

Н. рук.: ст. преподаватель Карпеева А.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

О РОЛИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Современный туризм – это огромная сфера, которая охватывает области управления услугами общественного питания, гостиничного бизнеса, транспортной инфраструктуры и многое другое. Но несмотря на свое

динамичное развитие индустрия туризма, в частности гостиничный бизнес, имеет и проблемы, решение которых позволило бы совершенствовать систему оказания туристских услуг. Одной из основных проблем является недостаточный уровень владения менеджерами иностранным языком.

Залог успешного отеля – это не только чистота и услуги, которые предлагает гостиница, но и хорошее обслуживание персоналом. Сотрудникам важно знать ответы даже на элементарные вопросы об услугах, которые предоставляет отель. И по статистике больше всего вопросы исходят от иностранных гостей. Поэтому отельеры находятся в постоянном поиске сотрудников, которые владеют несколькими языками на уровне B1. Threshold or intermediate (пороговый, средний уровень).

Роль иностранного языка в предоставлении качественных услуг велика, поскольку они являются важным инструментом, позволяющим гостю чувствовать себя как дома, что способствует повышению лояльности к гостиничному бренду и увеличению денежных потоков.

Многоязычие дает конкурентное преимущество как средствам размещения, работающим на мировом гостиничном рынке, так и людям, которые строят там карьеру.

Отсюда можно сделать вывод о том, изучение и знание иностранного языка для будущих сотрудников средств размещения весьма актуальны.

Маликова Д.Т.

Н. рук.: преподаватель Арбузова М.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

К ВОПРОСУ ПРОБЛЕМ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ В ТУРИЗМЕ РОССИИ

Транспортное обслуживание – это одна из составляющих индустрии туризма, поскольку невозможно представить себе современный туризм без использования тех или иных видов транспортных средств. Несмотря на

положительное развитие внутреннего туризма в России, для многих регионов существует проблема транспортной доступности туристических центров.

Транспортную систему России образуют крупные, мелкие организации и индивидуальные предприниматели, относящиеся к различным видам транспорта и формам собственности, специализирующиеся на выполнении определенных видов перевозок.

Еще одним важным элементом, влияющим на эффективность транспортной системы и качество перевозки, являются устаревшая техника, работающая в основном за пределами нормативного срока службы.

Помимо указанных выше общих проблем транспортной системы имеются также специфические проблемы развития отдельных видов транспорта:

1) в городах почти отсутствуют магистрали скоростного и непрерывного движения;

2) технический уровень производимых в Российской Федерации автобусов не отвечает требованиям безопасности и негативно влияют на окружающую среду;

3) система правовых и экономических отношений в области пассажирского транспорта общего пользования не упорядочена и не обновлены.

Кроме этого, развитие туризма затормаживается еще и дефицитом транспортного сообщения, недостатков инфраструктуры и соответствующих маршрутов, все это влияет на высокую стоимость билетов.

Для развития туризма как отрасли, которая связана с транспортной составляющей, важно правильно развивать и рационально использовать все виды транспорта.

Маматова Д.Р.

Н. рук.: ст. преподаватель Карпеева А.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

О ВОПРОСАХ ОРГАНИЗАЦИИ ТРЕНИНГОВ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

В настоящее время обучение персонала гостиничных предприятий является актуальной проблемой в данной сфере бизнеса. Обусловлено это растущим уровнем конкуренции между гостиницами, что порождает рост требований к уровню квалификации, знаний и навыков персонала. Профессиональная подготовка персонала – комплекс мероприятий, направленный на обучение персонала для работы в сфере гостеприимства, развитие потенциала каждого сотрудника, улучшение его личностных и профессиональных навыков в сфере гостиничных услуг.

Цель обучения персонала заключается в обеспечении предприятия достаточным количеством работников, чьи профессиональные качества в полной мере соответствуют бизнес-целям предприятия.

Программа обучения для новых сотрудников предусматривает прохождение комплекса тренингов, в состав которого входит: адаптационно-ознакомительный тренинг, тренинг по стандартам гостиничного предприятия, тренинг по работе с жалобами гостей, тренинг по правилам телефонного этикета, тренинг по продажам и пр. Программа обучения персонала гостиницы должна состоять из: тренингов для новых сотрудников; тренинги для менеджеров младшего; среднего и высшего звена; кросс-тренинги; узкоспециальные, профессиональные тренинги и пр.

Таким образом, организация и проведение тренингов в гостинице является неотъемлемой частью корпоративной культуры и влияет не только на отношение сотрудников к своей работе, но и на мнение гостей о качестве предоставляемых услуг.

Мамлина К.А.

Н. рук.: преподаватель Штанчаева М.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г.Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

КАЗАНЬ ГЛАЗАМИ ВЕЛОСИПЕДИСТА – РАЗРАБОТКА ГОРОДСКОГО ВЕЛОМАРШРУТА

В последние годы велосипедный туризм становится все более популярным видом отдыха. Велосипед является наиболее экологически чистым видом транспорта. Популярность данного способа путешествия в последнее время связана с модой на здоровый образ жизни. Туризм на велосипеде даёт возможность полноценно отдохнуть на природе, посмотреть интересные места, полноценно ощутить скорость и свободу. Велосипеды являются просто незаменимой вещью для туров, которые запланированы на несколько дней и предполагающие ночёвку на природе.

Предлагаемый туристский маршрут «Казань глазами велосипедиста» даёт возможность не только проехать по Казани на велосипедах, но и познакомиться с природной достопримечательностью – Голубыми озерами – которые находятся в непосредственной близости от большого города и при этом сохранили уникальную чистоту и самобытность. Дайвинг на Голубых озерах позволит не только полюбоваться прекрасными пейзажами, но и окунуться в бодрящие воды озера, что позволит туристам «заново родиться» и почувствовать освежающее воздействие удивительных вод. Наш маршрут начинается к гончарного мастер-класса, который позволит группе познакомиться, сдружиться и даст старт дружному и интересному путешествию. Изделие, которое останется у туристов, будет напоминать им о дне, проведенном «за рулем» велосипеда по дороге к водопадам и наполненным активным времяпрепровождением. Эмоций добавит и покорение лестниц колокольни Богоявленского собора, с которого откроется вид на центр старинного города.

Мамлина К.А.

Н. рук.: к.э.н., доцент Тамарова Р.И.

Колледж КИУ

г. Казань, Россия

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ТУРИСТОВ К ФОТОТУРУ

С каждым годом туристский рынок меняется, пополняется модификациями, видами туров, новыми технологиями в проведении туров, но многие забывают о том, что экскурсии можно рассматривать не только как познавательный туризм, но и развивать свои навыки в этой области. Многие опытные туристы уже ставят экскурсии на второй план, ведь им это уже неинтересно, и они ждут чего-то нового.

Фототур - это тур, который подойдёт для начинающих фотографов, которые хотят разнообразить свою экскурсию, а также для туристов, которые только начинают свой путь в сфере фотографии, ведь для них это будет практика и хороший опыт, а для опытных фотографов, познание чего-то нового и одновременно запечатления видов на камеру, но уже с более профессиональной точки зрения. Подходит этот вид туризма всем туристам, да, может быть сначала будет сложно: проблемы с техникой, с ракурсом и т.д., но главное, не лениться и любить своё дело.

Когда туристам предложат этот вид туризма, у них может возникнуть вопрос: "Зачем ехать в групповой фототур, если можно поехать индивидуально и просто пройти обучение в фотошколе?". На этот вопрос есть довольно простой ответ: фототур составлен по разработанному специальному маршруту, состоящему из благоприятных точек для съёмки и, естественно, вас сопровождает профессиональный гид-фотограф, который вам всё расскажет и покажет, не стоит забывать, что это групповой тур, и вы найдёте «сообщников», потенциальных друзей с похожими интересами.

Хотя фототур весьма модное направление, но в наше время оно недостаточно развито. Это отличный шанс путешествовать, наслаждаться пейзажами, совершенствоваться, знакомиться с новыми людьми.

Мефаева А.М.

Н. рук.: преподаватель Галеева Д.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ МАРШРУТ «ДРЕВНИЕ ПУТИ – ДОРОГИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН»

Одним из «неизведанных» маршрутов является Алатский тракт (Уржумская дорога) – древний тракт, связывающий нынешнюю столицу Республики Татарстан – Казань со столицей Вятского Края – Кировом (ныне столицей Кировской области).

Среди абсолютных преимуществ данного маршрута можно выделить богатый и неизвестный исторический контент, который отражает культурно-историческую сущность татарского народа, а также все эпохи развития Русского государства со времен завоевания Казанского Ханства Иваном Грозным в 1552 году и вклад татарского народа в цивилизацию.

Стоит отметить про сохранившиеся редкие примеры татарской архитектуры – мечети, усадьбы, старинные дома в татарском стиле.

Основной целевой аудиторией данного туристского продукта являются школьники, т.е. дети от 7 до 17 лет и семьи с детьми.

Турпродукт «Древние пути – дороги Республики Татарстан» является туром выходного дня и длится 2 дня и 1 ночь. Маршрут – круговой. Длительность маршрута – 230 км. Вид туризма – культурно-познавательный.

Главными дестинациями тура являются села Каймары, Альдермыш, Алат, Большие Берези, Большая Атня, деревни Кошлауч, Ибря, а также город Арск.

С учетом транспортного обслуживания, услуг гида, питания, проживания и входных билетов в музеи итоговая стоимость составит 6601 рублей (для взрослого) и 6381 рубль (для ребенка).

Мефаева А.М.

Н. рук.: преподаватель Галеева Д.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

СПОСОБЫ ВНЕДРЕНИЯ СТАНДАРТОВ WORLDSKILLS В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

WorldSkills – это международное движение, основной целью которого является популяризация профессий и повышение квалификации молодых профессионалов. Внедрение стандартов WorldSkills способствует повышению уровня квалификации сотрудников и как следствие улучшению деятельности предприятия.

Предлагаются следующие мероприятия по внедрению стандартов WorldSkills в деятельность туристских предприятий:

- организовать образовательную программу по обязательному корпоративному курсу изучения английского языка, поскольку стандарты WorldSkills включают знание иностранного языка и обязательными умениями в переговорах с иностранными партнёрами и заказчиками;

- разработать методическое пособие «Практические методические инструкции по работе с документацией». Здесь по нашим представлениям должны быть четко прописаны правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями, с партнерами и потребителями услуг.

- составить информационную брошюру со списком объектов, оказывающих развлекательные, интерактивные программы, мастер-классы в Казани и в других городах, куда формируются экскурсионные группы;

- организовать мастер-классы от ведущих спикеров в области туризма на предмет вопроса о внедрении новых туристических маршрутов в деятельность туристских предприятий.

Мурзакаева Р.Р.

Н. рук.: д.э.н. профессор Шабанова Л.Б.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Экологический туризм является одним из самых популярных видов отдыха в 21 веке. Его суть заключается в посещении природных объектов с целью изучения местной флоры и фауны, истории и культуры, а также сохранение окружающей среды в ее первозданном виде.

Во многих развитых странах экотуризм играет важную роль, однако, в отличие от Европы и США, в России свое развитие он получил относительно недавно. После эпидемии коронавируса возрос интерес граждан страны к новому виду туризма.

На данный момент лишь в нескольких регионах России представлены примеры серьезной эколого-туристской работы. Такими являются север Карелии (Кандалакшский заповедник), Сочинский природный парк, Уссурийский заповедник.

Немаловажными современными задачами для развития туризма в России являются: увеличение числа экотуристов особо охраняемых природных объектов до 16 млн. человек к 2035 году, а также осуществление к 2035 году на территории национальных парков модели экологического туризма с учетом разработанных совместно с Министерством природных ресурсов и экологии стандартов ведения туристской деятельности в границах особо охраняемых природных территорий Российской Федерации.

Мухина М.К.

Н. рук.: преподаватель Штанчаева М.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г.Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭТНОТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ РАЗРАБОТКИ ЭТНОТУРА

Этнотуризм является одним из популярных видов туризма, потому что позволяет не только изучить культурные достопримечательности посещаемой местности, но и погрузиться в национальный колорит быта, обычаев и традиций народов.

Разработанный нами этнотур «В гости к народам Татарстана» включает в себя такие города как Казань - столица Республики Татарстан, остров-град Свияжск, Зеленодольск. Цель этого тура заключается в усилении интереса к истории нашей республики, её народа, быта и культуры.

История и культура народа нашего края велика и разнообразна. Данный этнотур был составлен в целях интересного изучения истории, культуры и быта народов и самой республики в прошлом. Путём мини путешествия по городам, мечетям, храмам, старинным улицам и интересными рассказами опытного экскурсовода.

Туристу предлагается пройти по ключевым вехам тысячелетней Казани и узнать, как с течением времени менялась уникальная культурная картина и складывался религиозный облик. Ему предстоит узнать о происхождении названия города и выяснить, какое отношение к городу имеют дракон с крылатым барсом.

Портнова В.В.

Н. рук.: преподаватель Галеева Д.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА НА ТУРИСТСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Одно из направлений управления персоналом на туристском предприятии - это управление с помощью материальной и нематериальной мотивацией. Анализируя структуру затрат на материальную мотивацию персонала отметим, что основная часть мотивации приходится на заработную плату, которая составляет около 60%, далее в структуру включен должностной оклад с более 18% и лишь маленький процент от 0,9 % до 14,8% составляют выплаты стимулирующего характера. Из этого следует, что сотрудники туристских предприятий не существенно обращают внимание на переменную часть в материальной мотивации (премии, надбавки, бонусы), так как основу составляет постоянная часть мотивации, а именно заработная плата и должностной оклад. К нематериальной мотивации на туристских предприятиях часто относят предоставление свободного времени, оплату транспортных расходов, обучение персонала, оказание собственных услуг.

Немаловажным в формировании мотивационной политики является корректное ее управление. Модель управления мотивацией персонала на туристском предприятии состоит из трех звеньев: управляющая подсистема, которая включает в себя генерального директора и руководителей отделов, инструментальная подсистема, которая содержит формы и методы мотивации, и управляемая подсистема, в которой находится персонал. Непосредственно, управление мотивацией осуществляется генеральным директором и руководителями отделов, которые с помощью материальной и нематериальной мотивации контролируют мотивационный климат и удовлетворенность трудом персонала на предприятии.

Салихова Л.И.

Н. рук.: ст. преподаватель Карпеева А.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ИННОВАЦИИ В ТУРИЗМЕ И СЕРВИСЕ

В наше время немаловажными являются инновации. С каждым годом все больше и больше рассматриваются и применяются инновационные технологии в различных сферах деятельности.

Уровень качества жизни напрямую зависит от нововведений в управлении, производстве и даже в туризме. Предлагаем рассмотреть наиболее интересные инновационные технологии, применяемые в сфере туризма.

Первое нововведение, которое сможет упростить жизнь не только гостям, но и персоналу – это электронные системы запираания дверей. Данная разработка уже активно используется в гостиничном бизнесе. Ее суть заключается в том, что гостю в приложении телефона высылается ключ от номера. Это позволит значительно облегчить работу портье.

Еще одной необычной технологией, используемой в отелях, является виртуальный консьерж. Кибернетический консьерж находится в лобби и представлять собой дисплей, с доступом в интернет, в котором постояльцы отеля смогут узнать всю необходимую им информацию, так и воспользоваться различными сервисами. Например, получать информацию о погоде, транспорте, культурных и гастрономических достопримечательностях города и многое другое.

Подводя итог отметим, что инновации – это то, без чего в современном мире попросту невозможно. Благодаря им развиваются и процветают многие сферы деятельности, туризм и сервис не стали исключением. Это несет не только экономическую ценность, но также образовательную и культурную.

Салтыкова Е.С.

Н. рук.: к.п.н., доцент Котлярова О.В.

Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)

г. Челябинск, Россия

АНАЛИЗ АТТРАКТИВНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ТЕРРИТОРИИ НП ТАГАНАЙ ДЛЯ ТУРОВ ВЫХОДНОГО ДНЯ

Одним из самых доступных и популярных территорий в Челябинской области для занятий активным туризмом является природный национальный парк «Таганай». Определим, что тур выходного дня (далее - ТВД) – это тур, который является частью активного туризма, проходит по предварительно запланированным маршрутам в сопровождении инструктора-проводника и направлен на ознакомление жителей и гостей области с достопримечательностями определенной территории и по продолжительности занимает по времени один световой день. Значительными преимуществами национального парка для проведения ТВД являются:

Транспортная доступность. Включает удобные подъезды для автотранспорта и туристических автобусов с оборудованными парковочными местами, близость железнодорожного вокзала и т. д.

Оборудованы тропы до основных природных объектов, промаркированы, имеются указатели, установлены информационные стенды, обустроены пикниковые точки и/или приюты, включая санитарные зоны.

Комфортные климатические условия на территории парка (согласно проведенной оценке биоклиматического потенциала).

Наличие значимых природных объектов, которые повышают привлекательность парка: г. Двуглавая сопка (Перья), г. Двуглавая сопка (Бараньи лбы), Откликной гребень, г. Круглица, г. Дальний Таганай (Метеостанция), г. Ицыл, Черная скала, Большая Каменная река и т. д. Помимо значимых природных объектов в парке имеется обширное видовое разнообразие растительного мира, что благоприятно влияет на эстетическую

составляющую при посещении.

Санеева А.Т., Усманов Р.У.

Н. рук.: преподаватель Галеева Д.Р.

Колледж КИУ

г. Казань, Россия

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ МАРШРУТ «ВКУСНЫЕ ЧУДЕСА КАЗАНИ»

Гастрономический туризм представляет собой достаточно молодое и развивающееся направление. Исходя из этого, мы предлагаем разработку экскурсионного маршрута «Вкусные чудеса Казани».

Уникальность данного гастрономического маршрута состоит в том, что экскурсанты смогут окунуться в культуру татарской кухни в сердце Республики Татарстан в городе Казань. Экскурсовод проведет гостей по самым вкусным точкам города Казани, где туристов будут ждать вкусные блюда, благодаря которым, они проникнутся вкусом татарской национальной кухни. Стоит отметить про сохранившиеся редкие примеры татарской архитектуры – мечети, усадьбы, старинные дома в татарском стиле.

Предполагаемая целевая аудитория гастрономического маршрута – студенты, приезжие туристы в возрасте от 16 до 40 лет.

Турпродукт «Вкусные чудеса Казани» проводится одним днем без ночлега. Маршрут – линейный. Длительность маршрута – 14 км. Вид туризма – гастрономический.

Главными дестинациями тура являются ресторан «Чэрем» - ресторан «Рубай» - ресторан «Татарская усадьба» - музей «Чак-чака».

С учетом транспортного обслуживания, услуг гида, питания, проживания и входных билетов в музеи итоговая стоимость составит 2 799 рублей

Туристы смогут окунуться в сказочную атмосферу, при этом попробуя различного рода блюда и десерты.

Сафиуллина А.А.

Н. рук.: ст. преподаватель Карпеева А.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Путешествия и гостеприимство – это прибыльная отрасль, в которой всегда есть что предложить гостям. Но несмотря на перспективность данной отрасли в данной сфере фиксируется ряд проблем, решение которых позволило бы совершенствовать систему оказания гостиничных услуг.

Поиск и удержание персонала всегда были одной из самых распространенных проблем в гостиничном бизнесе. Решением является использование нескольких тактик, таких как вселить новым сотрудникам чувство принадлежности, практическая демонстрация ценностей для членов команды, системная работа департамента по работе с персоналом.

Рост стоимости ежедневных расходных материалов это следующая сложность в гостиничной индустрии. Инфляция цен на продукты повседневного использования, продукты питания и другие товары резко возросла за последние несколько лет.

Путем решения данной проблемы будет постоянная проверка и контроль запасов, внедрение актуальных стратегий экономии на гостиничном объекте, которые помогут справиться с растущими расходами.

Изменение ожиданий гостей это насущный вопрос в гостиничном бизнесе. Клиенты заинтересованы в уникальном концепте проживания. Их сложно удивить устоявшимися традициями. Мы предлагаем развертывания гостевого портала самообслуживания, который упростит быструю регистрацию заезда и отъезда.

Резюмируя вышесказанное, отметим, что любые возникающие проблемы в деятельности предприятий гостиничного бизнеса всегда имеют решения, которые положительно влияют развитие отрасли в целом.

Сергухина Ю.В.

Н. рук.: д.э.н., профессор Шабанова Л.Б.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ

Развитию туризма в России в последнее время уделяется очень много внимания, как со стороны правительства, так и со стороны бизнеса. Одним из таких привлекательных объектов является Липецкая область. Большую роль в ее развитии играет не только хорошая инфраструктура области, но и богатое историческое наследие, благоприятные климатические условия и удобное расположение региона.

Многие Липецк знают, как город металлургов, даже не догадываясь, какой туристский потенциал скрыт в городе и в области. История Липецка начинается с приезда Петра I в этот район и открытия источников целебной минеральной воды. Помимо этого, история региона тесно связана с именами видных ученых и творческих личностей – Пришвина, Плеханова, Толстого, Бунина, Жукова. В Липецкой области находится множество архитектурных и исторических памятников: дворянских усадеб, старинных церквей и монастырей. Город Елец является одной большой туристической достопримечательностью области. Здесь плетут тончайшее елецкое кружево и валяют настоящие русские валенки из овечьей шерсти. Особо стоит отметить город Задонск, получивший название «русского Иерусалима». В 12 километрах от города Задонск находится «Кудыкина гора», символом которой является огнедышащий Змей Горыныч. Любителям природы стоит посетить заповедник Галичья гора, занесенный в книгу рекордов Гиннеса.

Таким образом, Липецкая область славится историко-культурными, природно-климатическими ресурсами, но недостаточно реализованными и использованными в туристической деятельности.

Соловьева Е. А., Большакова Д. А.,

Ахунянова Ю. Р., Пьянова Д. Д.

Н. рук.: к.п.н., доцент Уварова М.В.

Набережночелнинский филиал КИУ

г. Набережные Челны, Россия

ПРОЕКТ ТУРА «Я – РЫБАЧКА, ТЫ – РЫБАК»

Рыболовный туризм является еще не особо развитой частью туристской индустрии ведь не в каждом месте можно устроить рыбалку. Потребности в развивающейся сфере туризма всё больше могут быть какими-то необычными. А для привлечения интереса в сторону Лаишевского района, нужно использовать и их ресурсы. Рыболовный тур прекрасно подходит для Лаишевского района. Сам герб говорит о смысле и природных ресурсах. Две рыбы, изображённые в оконечности, символизируют издавна сложившийся в районе рыбный промысел. Десятки озёр и выход к рекам Волга, Кама, Меша и Шуранка.

Спецификой данного проекта является его целевая аудитория – это представители женского пола, в возрасте от 18 лет, поскольку наблюдается тенденция увлечений рыбалкой и у женской половины, как способ активного и спортивного отдыха, совмещая его с отдыхом на природе. Также отправиться по данному туру могут и семейные пары с детьми или группы друзей.

Проект тура «Я – рыбачка, ты – рыбак» рассчитан на сезоны с апреля по ноябрь месяцы, данное время составлено для летнего рыболовства. Количество участников может достигать до 15 человек. Продолжительность 4 дня и 3 ночи. В программе тура имеется возможность сблизиться с природой, насладиться ее красотой, пейзажами утренних восходов и вечерних закатов, мастер-классы по рыболовному промыслу от местных «знатоков – рыбаков», отдых на нескольких прекрасных озерах Лаишевского района – Зайчье озеро, Озеро Саламыковское, озеро Архиерейское, Ковалевское озеро, мастер-классы по приготовлению «ухи на костре» и конечно развлекательная программа – прогулка на яхте, иппотерапия. Проживание в гостевых домах и в современных

палатках. Транспортное сопровождение и сопровождение гида и инструкторов предусмотрено.

Стоимость тура составит на 1 человека 17 500 рублей.

Сорокин И.О.

Н. рук.: преподаватель Галеева Д.Р.

Колледж КИУ

г. Казань, Россия

ВИДЫ ГЛЭМПИНГА В ТУРИЗМЕ

Глэмпинг как вид туризма зародился в России относительно недавно и сразу начал приобретать популярность среди туристов. Он отличается слиянием природы и цивилизации в одном месте, благодаря которому глэмпинг приглянулся, как любителям экологического туризма, так и ценителям комфортных условий. Это могут быть уютные капсулы на обрыве скалы, так и шатер посреди пустыни. Главное условие - непреременный комфорт вдали от шумной цивилизации и наслаждение природными пейзажами.

Наиболее распространенными видами глэмпинга являются:

1. Белл Тент – очень простая конструкция, у которой основным элементом служит несущий шест в центре.

2. Юрты – вид глэмпинга заполучивший свою популярность за счет уникальной атмосферы, которая превосходно демонстрирует быт кочевых народов Средней Азии.

3. Купола предоставят туристам незабываемый вид через панорамные окна. Также отличительной фишкой данных построек является ванна на костре, что крайне важно для сохранения первозданности природы, однако позволяет отдохнуть на природе с максимальными удобствами.

4. Дом на колесах – отличаются максимальной комфортностью и мобильностью. Выбрав данный вид глэмпинга, туристы могут покорить многочисленные живописные места за короткий промежуток времени, благодаря его мобильности.

Развитие глэмпинга несет за собой положительные тенденции для природы и страны в целом. Данный вид туризма позволяет провести время с комфортом, оставшись при этом наедине с природой.

Сорокин И.О.

Н. рук.: ст. преподаватель Арбузова М.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВОДНОГО ТРАНСПОРТА

Транспортные услуги являются одним из основных видов услуг в сфере туризма. На них приходится львиная доля в определении цены тура и варьируется от 20% до 60% в зависимости от продолжительности и дальности путешествия. Современные тенденции туризма показывают, что транспортные пути будут несомненно расширяться, так как постоянный рост спроса на путешествия положительно влияет на развитие инфраструктуры транспорта.

Основным и наиболее интересным видом транспорта является водный. Свою популярность водный транспорт обрёл за счёт образа круизного обслуживания, благодаря которому туристы начинают отдыхать уже в процессе передвижения к конечной точке. К преимуществам можно отнести высокий уровень комфорта, возможность транспортировки большого количества людей за один раз, а также возможность реализации различных видов и целей туризма (познавательный, бизнес-туризм, учебный и др.). К основным недостаткам можно отнести низкую скорость передвижения, высокие стоимости, ограничение мобильности, подверженность части людей «морской болезни».

Транспортное обеспечение является важнейшим элементом туристской инфраструктуры и входит в основной комплекс услуг, включаемых в состав туристского продукта. Именно поэтому значимость развития водного транспорта ежедневно растёт, что ведет к необходимости постоянной модернизации системы водных судов в стране. Основным документом в направлении развития инфраструктуры является «Стратегия развития

внутреннего водного транспорта Российской Федерации на период до 2030 года». В соответствии с ним необходимо развивать и модернизировать причалы, речные вокзалы, «зеленые стоянки», построить дополнительные шлюзы. Даже небольшие города и населенные пункты должны быть готовы к приему различных судов. Требуется проработка вопроса по повышению эффективности управления пассажирской причальной инфраструктурой. Большинство речных причалов введены в эксплуатацию более 35 лет назад, многие требуют проведения либо капитального ремонта, либо демонтажа.

Торрес Л.Г.

Н. рук.: к.г.н., доцент Зяблова О.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ ТРАДИЦИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА НАРОДА ХАНТЫ

Ханты - коренной народ, проживающий в Ханты-Мансийском автономном округе, регионе, исторически известном как Югра (в Сибири), где добывается большая часть российской нефти, что придает региону важное экономическое значение.

Традиционными занятиями народа ханты являются рыболовство, охота в тайге и оленеводство. Проживая в таёжном регионе с суровым климатом, где зимы холодные и долгие, а теплый период длится не больше трех месяцев в году, ханты имеют особые традиции гостеприимства, характерные для многих сибирских народов. Традиции хантов - встречать любого гостя в любое время и угощать всеми имеющимися блюдами сразу. Обычным блюдом является строганина, после строганины подается горячее блюдо: уха, шурпа, мясо в отдельной посуде.

Современные ханты проживают в небольших городах и в селах, некоторые до сих пор ведут традиционный кочевой образ жизни, занимаясь охотой и отгонно-пастбищным животноводством.

Этнотуризм в места проживания народа ханты связан с посещением

традиционных стойбищ, где туристов принимают в чуме. В ходе анимационных программ туристы участвуют в национальной трапезе семьи оленевода, становясь гостями и участниками довольного сложного обычая гостеприимства. Туристы мужского и женского пола располагаются на разных половинах чума в соответствии с традициями ханты. Разработка туристских маршрутов, связанных с этнотуризмом, в данный момент развита недостаточно.

Утешова В.Н.

Н. рук.: к.г.н., доцент Зяблова О. В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ ГОСТЕПРИИМСТВА ЯКУТОВ

Якуты являются коренным населением Республики Якутия (Саха) и самым крупным из всех коренных народов Сибири. Отличительными чертами якутов обычно считают трудолюбие, выносливость, упорство и жизнелюбие. Проживая в регионе с суровым климатом, якуты исторически освоили скотоводство и даже земледелие. Отгонно-пастбищное животноводство является одной из отраслей специализации населения региона. Помимо этого, развивается добывающая промышленность и охота. Традиционный образ жизни населения сочетается с современными характеристиками. Народность Саха относится к монголоидной расе, ее североазиатскому типу. Народные обычаи и обряды якутов тесно связаны с народными верованиями.

Туризм в Якутии является одним из наиболее динамично развивающихся направлений. В республике реализуется около 300 уникальных турпродуктов, развиваются маршруты, реагируя на новые тренды и запросы туристов, которые связаны во многом с желанием познакомиться с национальными обычаями и традициями коренного населения (этнотуризм, гастротуризм, познавательный туризм). Весьма популярные направления туризма в Якутию — это посещение национального парка «Ленские столбы», полюса холода в Оймяконе, круизы по реке Лена, в том числе арктические, пешеходные туры по

горным перевалам, рыбалки, сплавы, событийные мероприятия и др.

Уханева Е.А.

Н. рук.: преподаватель Арбузова М.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

В связи с нестабильной обстановкой в мире многие страны закрыты для посещения. Это огромная возможность для активного развития внутреннего туризма. К сожалению, на данный момент туризм внутри нашей страны не так хорошо развит, хотя есть большой потенциал. Автотуры – это прекрасный шанс для того, чтобы запечатлеть самые лучшие моменты путешествия.

Республика Татарстан один из перспективнейших регионов для развития автомобильного туризма. За путешествие можно посетить много захватывающих мест и притягивающих внимание объектов, при этом познакомившись с культурой республикой.

В условиях новой реальности особенно востребованы туры, в которых можно насладиться отдыхом вместе с семьей. Экскурсионные автобусные туры в республике Татарстан всегда находят отклик в сердцах путешественников. Самобытная культура, средневековые постройки, мистические места завораживают и очаровывают всех, кто бывал в подобных турах. Туры выходного дня, организованные в пределах республики, будут актуальны среди тех, кто хочет получить много ярких эмоций за уик-энд. Автотуры все больше и больше притягивают туристов, открывая возможность для развития караванингов и кемпингов. Особенность таких туров в том, что можно насладиться природой не выходя из дома. Организованные стоянки-кемпинги можно расположить на популярных туристических маршрутах или базах отдыха. Все различные авто фестивали, проходящие на территории республики, привлекут внимание любителей домов на колесах и не оставят никого

равнодушным. Республика Татарстан завораживает своими видами, которыми в полной мере можно насладиться только из окна автотранспорта.

Фарвазов Д.С.

Н. рук.: преподаватель Арбузова М.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Автомобильный туризм по всему миру является эффективным направлением для развития туризма и не требует больших инвестиций. В России автомобильный туризм по-прежнему остается новым видом развлекательной деятельности. В США это движение имеет историю более 100 лет, в Европе – около 80, а в России – менее десяти лет.

Неудовлетворительное состояние российских дорог приводит к тому, что средняя скорость движения в стране в два раза ниже, расход топлива в полтора раза выше, стоимость обслуживания автомобилей в три раза выше, а срок их службы на треть меньше, чем в развитых странах мира. В конечном итоге, некачественные дороги увеличивают стоимость перевозок на 30-50%.

Причиной такого положения является устаревшая технология строительства дорог. Автомобильные дороги в России строятся по техническому регламенту 60-х гг. XX в., однако тогда дорожное полотно не было рассчитано на 40-тонные фуры. Но, более серьезная причина заключается в структуре российских почв. 86% всех грунтов в стране «связные», имеющие примесь глины или состоящие из глины целиком. Необходимых для дорожного строительства песчаных грунтов в стране всего 14%.

Преимущества развития автомобильного туризма в России очевидны. Страна может сформировать рынок для въездного автомобильного туризма (только в Европе проживает более 5,5 млн человек), поскольку обладает значительным природным, экологическим, историческим, культурным и развлекательным потенциалом. Также возможна переориентация части

отечественных туроператоров на внутренний рынок из-за роста популярности туризма выходного дня, агротуризма, экологического и событийного туризма.

Несмотря на имеющиеся трудности, число приверженцев автотуризма в России неуклонно растет. Краснодарский край, один из наиболее популярных регионов на внутреннем туристическом рынке РФ для развития этого вида туризма, кроме рекреационных ресурсов в крае развит событийный туризм, который привлекает большое количество самодеятельных туристов.

Фарвазов Д.С.

Н. рук.: преподаватель Галеева Д.Р.

Колледж КИУ

г. Казань, Россия

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МИРОВОГО ТУРИЗМА

Современный туризм - один из крупнейших секторов мировой экономики. Во многих странах мира туризм развивается в систему, которая предоставляет все возможности для ознакомления с историей, культурой, обычаями, духовными и религиозными ценностями этой страны и ее народа, а также обеспечивает доход в национальную экономику.

Международный туризм - существенная составляющая инновационного развития любой страны в долгосрочной перспективе, экономически выгодная и экологически безопасная отрасль экономики, источник валютных поступлений и средство для обеспечения занятости.

Огромную роль в развитии мирового туризма так же играют инновационные технологии, которые повышают спрос и задают модную тенденцию на мировой туризм. С их помощью повышается конкурентоспособность различных организаций, что способствует разнообразию и увеличению туристских услуг.

Успешное развитие туристического сектора может стать одним из ключевых факторов создания условий для достижения национальных стратегических целей развития, то есть повышения благосостояния народа на

основе динамичного и устойчивого экономического роста, обеспечения занятости, повышения уровня социальных и духовных потребностей, создания потенциал для будущего развития страны и укрепления международного статуса России.

Фарвазов Д.С.

Н. рук.: преподаватель Галеева Д.Р.

Колледж КИУ

г. Казань, Россия

ХОББИ-ТУРИЗМ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В наше время социальные условия улучшаются, люди могут позволить себе путешествовать, открывать новые интересные места, вместе с этим туризм распространяется повсеместно, в том числе и на территории Российской Федерации. Российская Федерация – огромная страна с большим туристическим потенциалом.

Хобби-туризм – быстрорастущая отрасль туризма. Её развитие необходимо не только для экономики и культуры страны, но и для социума. Рынок хобби-туризма в настоящее время очень обширен, поскольку спектр человеческих интересов разнообразен. Однако для него характерно непостоянство, потому что со временем вкусы и предпочтения людей изменились: старые теряются, но появляются новые. Кроме того, этот рынок очень узок и варьируется от региона к региону, а это значит, что разные страны имеют разные потребности в них.

Хобби – туризм - это вид туристической деятельности, направленный на удовлетворение определенной потребности туриста, реализации любимых занятий во время отдыха. При этом этот интерес не может быть удовлетворен, а, следовательно, цель не может быть достигнута, в рамках традиционного туризма, например рекреационного или экскурсионного. Таким образом, хобби-туризм – это несомненно новые формы индивидуального туризма, за которым большое будущее.

Главной отличительной чертой хобби-туров является тематическая направленность программы обслуживания и ориентирование на группу с однородными интересами. Все программы и направления хобби-туризма имеют индивидуальность.

Филюшенко В.О.

Н. рук.: преподаватель Галеева Д.Р.

Колледж КИУ

г. Казань, Россия

ВИДЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Понятие экотуризм проникло в нашу повседневную жизнь относительно недавно. Это особый вид отдыха, когда туристы отправляются в дикие места, путешествуют по территории, сохранившейся в первозданном виде. Его цель - получить представление о природных и культурно-этнографических особенностях данной местности, максимально слиться с природой, не допуская серьезные вмешательства в природные процессы.

Отправляясь в путешествие, экотурист может преследовать разные цели. В зависимости от этого, можно выделить следующие направления:

1. Научный экотуризм – путешествие в природные зоны с целью научных исследований. Объектом экотуризма является не только природные территории, но и элементы традиционной культуры.

2. Агротуризм – это отдых в сельской местности. Туристы ведут сельский образ жизни среди природы, знакомятся с ценностями народной культуры, прикладного искусства, с национальными песнями и танцами.

3. Познавательный – это наблюдение за млекопитающими, птицами, редкими растениями, бабочками. И в целом - туристские программы, предлагаемые туристам на особо охраняемых природных территориях.

4. Рекреационный – это пешие и конные прогулки, катание на лыжах, альпинизм. Пассивными формами могут, например, считаться: отдых в палаточных лагерях, ближние походы и прогулки, пикники.

Привлекательность экотуризма заключается в созерцании и изучении природных ландшафтов, не вмешиваясь в экосистемы. Знакомство с культурными, природными и этническими достопримечательностями.

Хасанова А.А.

Н. рук.: преподаватель Арбузова М.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПРОБЛЕМЫ ТРАНСПОРТНОЙ ДОСТУПНОСТИ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ В ТУРЕ НА ПРИМЕРЕ РФ

В наше время остро стоит вопрос об обеспечении комфортного путешествия в любую точку мира для людей с ограниченными возможностями. И несмотря на быстрый технический прогресс, рост турагентств и производство комфортных транспортных средств, в России все ещё недостаточно развиты удобства для обеспечения комфортного отдыха среди людей с особыми потребностями.

Существует большое количество льгот и скидок для маломобильных групп населения, но этого все еще недостаточно, чтобы полностью обеспечить комфортное путешествие. Чаще всего данные льготы и скидки влияют только лишь на стоимость турпакета, но не на его комфорт. К примеру, практически в каждом подобранном туре по России, без учета особенностей туриста, инвалид-колясочник может сталкиваться с проблемой с подъёмом в салон экскурсионного автобуса, в салон поезда или самолета, в зависимости от их новизны, а также испытывать проблемы с передвижением по салону самого транспорта.

Проблемы с транспортом в путешествии могут иметь не только инвалиды-колясочники, но и слабослышащие, глухонемые и люди со слепотой. На любом виде трансфера в путешествии по России редко можно заметить, к примеру, Шрифт Брайля, помогающий людям со слепотой, что осложняет их путешествие.

Эту проблему можно решить лишь при помощи общественных организаций, фондов и государственной поддержки. Происходит смена транспорта на новые модели, где можно заметить все больше и больше удобств для комфортного передвижения туристов с ограниченными возможностями. Но, несмотря на это, эта смена происходит очень медленно, что мешает полному развитию транспортной доступности в путешествии маломобильных граждан.

Хасаншина З.М.

Н. рук.: преподаватель Арбузова М.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

К ВОПРОСУ БЕЗОПАСНОСТИ НА БОРТУ ЛАЙНЕРА ИЛИ ТЕПЛОХОДА

Морские и речные круизы – самый впечатляющий отдых как для всей семьи, так и для пар, молодоженов и компаний друзей. К сожалению, в XXI веке люди считают, что этот вид туризма доступен только для богатых людей. А многие считают, что для отдыха нет необходимости тратить такие деньги. А другая часть людей задумывается, почему же лайнеры и теплоходы – это дорогой вид транспорта для туризма. Ведь обыватель даже не представляет какое количество денег уходит только на ремонт такого судна.

Порой люди видят только одну сторону этого. Прежде всего, по мнению посетивших подобные круизы, теплоходные и лайнерные круизы не только дорогостоящие, но и безопасные. Об этом свидетельствуют мероприятия, проводимые на лайнерах и теплоходах до начала круиза.

Перед каждым выходом на маршрут на борту лайнеров или теплоходов проводятся учения, позволяющие подготовиться к выселению с корабля. Пассажиры, находящиеся на борту судов в обязательном порядке объясняют правила поведения на борту транспортного средства. Инструктаж занимает порядка 30 минут и является, по сути, первым номером в бортовой анимационной программе.

В начале занятий подается специальный звуковой сигнал. Услышав это, все пассажиры расходятся по своим каютам, надевают спасательные жилеты и экипировку. А позже спускаются на шлюпочную палубу, где экипаж и рабочий персонал помогает им занять свои места. Во время обучающей программы главный работник по безопасности на маршрутах проводит инструктаж по технике безопасности. Только после всего слушатели и обучающиеся могут снять защитные жилеты и направиться в свои каюты и на рабочие места. Все занятия могут показаться скучными и ненужными, но на самом деле это реальная необходимость, и, самое главное, возможность сохранить жизнь пассажиру в случае возникновения опасности на борту транспортного средства.

Черных Е.А.

Н. рук.: к.э.н., доцент Кабиров И.С.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ТУРИСТСКИЙ ПРОЕКТ «ЧЕРНОЕ ЗОЛОТО ТАТАРСТАНА»

В России особую актуальность приобретает исследование современного подхода регионов страны к организации туристских продуктов представленной направленности. Создание нового турпродукта играет важную роль в развитии муниципальных образований. Одним из таких турпродуктов может быть проект по развитию туризма в одном из муниципальных районов Республики Татарстан. Актуальность данного проекта заключается в том, что создание нового турпродукта позволит повысить туристскую привлекательность территории, даст импульс роста туристского притока.

Целью проекта является создание туристского продукта «Чёрное золото Татарстана» на территории Альметьевского района, способствующего развитию культурно-познавательного и оздоровительного туризма. Задача проекта: создание конкурентоспособного на рынке турпродукта. Главная идея: организация культурно-познавательного отдыха с элементами рекреации. Ожидаемый результат: увеличение турпотока в Альметьевский муниципальный

район, а также популяризация территории в регионе.

Для функционирования данного тура практически созданы все условия, так как тур составлен на основе уже существующей инфраструктуры города.

Туристические маршруты по нефтяным месторождениям и объектам нефтяной отрасли ещё не разрабатываются в регионе. Не каждый житель знает, как происходит добыча нефти.

Таким образом, проект «Чёрное золото Татарстана» является перспективным, так как на рынке туристических предложений такого предложения нет, поэтому проект благоприятно скажется на развитии туризма в муниципалитете, позволит расширить область туристских направлений.

Чугреев Д.В., Бурдаева А.И.

Н. рук.: к.э.н., доцент Лаптев А.В.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ ГОРОДА КАЗАНИ

Актуальность выбранной нами темы была определена тем, что в наше время индустрия гостеприимства – это одна из самых больших и скоро развивающихся систем экономики. В гостиничном бизнесе самое значимое место отведено гостеприимству. Постояльцы гостиниц и отелей ежедневно сталкиваются с проблемами обслуживания.

Нехватка информации о функционировании гостиничного бизнеса не позволяет представить оценить современное состояние гостиничного бизнеса Казани. Поэтому на основании обретенной информации, было проведено исследование управления персоналом в гостиничном бизнесе города Казани.

Рассмотрены обзоры пяти, четырёх, и трех звездочных отелей и гостиниц Казани, на основании отзывов гостей были выявлены следующие проблемы: обслуживание в кафетерий и качество завтрака неудовлетворительное, уборка в номере отвратительная, усталый персонал, который не решает проблемы, а

только «убегает».

Таким образом, несмотря на разнообразную категорию отелей, можно констатировать, что все они сталкиваются с некачественной работой персонала. Это позволяет сделать вывод о недостаточно эффективном управлении персоналом. Выявленные проблемы нужно устранить для повышения качества обслуживания клиентов. На наш взгляд, отелям и гостиницам нужно принять следующее решения:

- создать специальное приложение для отелей;
- составление и разработка мастер-классов с применением индивидуальных задач и миссии;
- формирование коллективной культуры гостиничного бизнеса.

Шагиева З.А.

Н. рук.: д.э.н., профессор Шабанова Л. Б.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

СТРУКТУРА ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Туризм в Калининградской области – один из базовых приоритетов социально-экономического развития региона, во многом благодаря его уникальному географическому положению. Несмотря на то что область является самой маленькой в России, в ней сложился широкий спектр возможностей для отдыха и рекреации (в городе Светлогорск имеются источники минеральных вод и торфяных грязей), природных достопримечательностей (например, знаменитая во всем мире Куршская коса), а также богатое историко-культурное наследие (крепости, кирхи, музеи и т.д.) и развитая гостиничная инфраструктура. Для туристов доступно более 50 маршрутов по территории, 3 из которых брендовые: фортификационный, экологический, янтарный. Область располагает обустроенными морскими пляжами, из них в поселке Янтарный соответствуют всем международным

стандартам качества и имеют статус «Голубого флага». А основная курортная зона области – Куршская коса сосредоточивает сразу несколько объектов размещения: турбазы, кемпинги, дома отдыха. Кроме того, и культурная жизнь насыщена сотнями разнообразных событий и гастрономических фестивалей, занимающих отдельную нишу туристического сектора. Регион также насчитывает множество проложенных велосипедных троп, в числе которых и трансграничные в рамках проекта «СВСycle», планирующего провести еще один от Куршской косы до Балтийской косы. Так, Калининградская область имеет довольно разветвленную структуру туристического рынка, уникальную по своему содержанию и имеющую перспективы на будущее.

Шакирова А.Р.

Н. рук.: к.э.н., доцент Кабиров И.С.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ СЕКТОР В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

В Республике Татарстан в настоящее время туризм развивается уверенными темпами, при этом наибольший потенциал демонстрируют такие виды туризма, как городской (в т.ч. событийная активность городов), культурный, деловой, паломнический. Все больше туристов посещают республику для того, чтобы быть зрителями крупномасштабных спортивных мероприятий.

Несмотря на то, что в целом туристский комплекс Республики Татарстан является одной из динамично развивающихся отраслей экономики региона, система функционирования туристских предприятий в регионе пока не сформирована как единая организованная система, которая способна осуществлять деятельность на международном рынке.

По итогам социологических исследований, представленных на официальном сайте Государственного комитета по туризму Республики Татарстан, удовлетворенность туристов уровнем туристского обслуживания в

республике составляет 50-60%. К «слабым» местам туристских предприятий Республики Татарстан относится отсутствие у руководителей предприятий четкой стратегии развития в условиях сезонности, отсутствие на большинстве предприятий системы качества услуг, маркетинговых исследований рынка и программ лояльности гостей отелей, а также недостаточно развитые системы мотивации персонала, повышения его квалификации.

Таким образом, предстоит большая работа по улучшению качества предоставляемых услуг, развития ещё большего потенциала республики как центра притяжения событийного туризма, а также включению туристских предприятий республики в мировой рынок туристских услуг.

Шарифуллин И.Н.

Н. рук.: ст. преподаватель Карпеева А.А.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

О ПРОФЕССИИ МЕНЕДЖЕР ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

Отельный менеджмент – это область, требующая исключительного профессионализма. Операции отеля, стратегия, человеческие ресурсы, маркетинг, финансы – круг обязанностей менеджера отеля столь же разнообразен, сколь и сложен. У сотрудника гостиничного предприятия должны быть отличные навыки работы с людьми и спокойное, заслуживающее доверия, профессиональное поведение. Эта многогранная роль требует лидерских качеств, коммуникативных навыков и хорошего понимания цифр и новых тенденций.

Поскольку эта профессия направлена на то, чтобы гости остались как можно более довольны пребыванием в отеле, она предполагает развитые коммуникативные навыки и умение разрешать конфликты. Специалисты в области гостиничного дела всегда найдут решение для сложившейся проблемы и сумеют успокоить даже самого критически настроенного гостя.

Но помимо положительных аспектов работы менеджера гостиничного

дела существуют и определённые сложности. В первую очередь это цикличное изменения ожиданий гостей, новые технологии обслуживания, продолжительное и ненормированное рабочее время, высокая конкуренция и многие другие.

Перспективы продвижения по службе, как правило, хороши для тех, кто обладает способностями, сильными навыками межличностного общения и высоким уровнем мотивации, стремятся познать новые культуры, понимают важность командной работы. Хотя многое будет зависеть от размера и типа гостиничного предприятия. Гостиничный менеджмент – это область, в которой можно очень быстро развиваться.

Шершикова Д.Н.

Н. рук.: д.э.н., профессор Шабанова Л.Б.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

РОЛЬ КАЧЕСТВА СЕРВИСА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

Можно сказать, что качество зависит от степени удовлетворенности клиента обслуживанием. Имеется сразу несколько суждений о том, что такое качество и от чего оно зависит.

- Определение потребностей клиента и их удовлетворение. Прежде всего, качество зависит от того, насколько точно определены потребности клиента и были ли они удовлетворены. Ключевая задача менеджмента гостиницы, как, впрочем, и работников — понять, чего собственно желает клиент, и обеспечить его этим. Предугадывая пожелания клиента и вовремя их исполняя, компания может поучить сильное конкурентное превосходство перед иными организациями. Качество в большей степени зависит именно от того, насколько быстро и полно компания может удовлетворить потребность клиента.

- Верность оказания услуг. Также качество зависит от верности оказания услуг. Они должны обладать не только техническим, но и функциональным

качеством. Иными словами, предоставляемые организацией услуги должны не только удовлетворять всевозможные потребности и пожелания клиента, но и обеспечивать высокий уровень обслуживания.

- Качество должно быть постоянным. Заработав определенную репутацию на рынке, компания должна всеми силами стремиться ее поддерживать. Если качество услуг каждый раз меняется, то компания не сможет долгое время занимать лидирующие позиции и в конечном итоге потеряет много клиентов.

Только при объединении всех этих трех составляющих в одну единую систему обслуживания компания добьется успеха.

Шмелёва М.В.

Н. рук.: д.э.н., профессор Шабанова Л.Б.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

ПРИЧИНЫ РАЗВИТИЯ «ТЕМНОГО» ТУРИЗМА

Индустрия туризма ежегодно совершенствуется и развивается. Данное направление связано с посещением мест и достопримечательностей, исторически связанных со смертью, трагедией, болезнью и разрушениями. Для этих мест также важна их историческая ценность, а также их отождествление со смертью и страданиями.

Интерес к «темному» туризму часто можно обнаружить, проанализировав прошлое. Вместе с исчезновением прошлого уходят и развлечения, которые были свойственны той эпохе. Многие из них сейчас воспринимаются нами как нечто отвратительное, но в те времена они были уместными.

«Темный» туризм не очень популярен в России. Но некоторые люди интересуются тюрьмами, кладбищами, сакральными местами. Поэтому многие тюрьмы прошлого, в которых хранилось огромное количество исторических артефактов, сегодня стали музеями. Во Владимирской области находится музей «Владимирский централ», который принимал посетителей еще в 1990-х годах.

В музее представлены предметы из повседневной жизни заключенных. Также, здесь есть галерея с картинами заключенных. Однако, до недавнего времени этот музей был закрыт, поскольку находился в запретной зоне тюрьмы. Но, в 2022 году он был вновь открыт. Тур по «Владимирскому централу» стал наглядным примером «темного» туризма и представляет собой абсолютный аналог западных проектов.

«Темный» туризм остается нишевой сферой. Но тенденции последних лет демонстрируют рост его популярности по разным причинам, одна из которых стремление понять трагедии прошлого.

Якимова М.Н.

Н. рук.: к.п.н., доцент Уварова М.В.
Набережночелнинский филиал КИУ
г. Набережные Челны, Россия

МАРШРУТ АРТ-ПРОСТРАНСТВО «ИСТОРИЯ 2.0»

Современная молодёжь предпочитает считать историю "прошлым" и не уделять её изучению должного внимания. Стоит отметить, что большинство из них не имеет представления о том, что наравне с крупными городами-миллионниками существуют и небольшие населённые пункты, которые тоже несут свою историю сквозь столетия и являются не менее важной частью истории, поэтому данный проект является актуальным на сегодняшний день.

Арт-пространство «История 2.0» представляет собой однодневный маршрут с локациями, посвященными истории и культуре Республики Татарстан. Проект направлен на привлечение интереса молодого поколения к историко-культурным событиям через современное искусство. Для этого будут использоваться: скульптуры, арт-кубы с граффити, лабиринт с последовательным изображением истории локации, а также выставки. Для проекта арт-пространства «История 2.0» подобраны локации, в которых возможно осуществление задумки: Вознесенский Макарьевский монастырь, Село Каймары, Село Кузнечиха, Село Билярск.

Инновационность проекта отражается благодаря тому, что все события будут демонстрироваться в современных формах, доступных для понимания молодежи, тур поможет повысить интерес участников к истории своей республики, а также к проявлению чувства патриотизма. А также нами будет создана виртуальная карта, на которой у каждого посетителя будет присутствовать определенное количество баллов, с помощью которых они смогут «расплачиваться» при прохождении маршрута. А также по собственной инициативе они смогут пожертвовать накопленные баллы на реконструкцию или возведение памятников культуры и истории.

Якшова А.А.

Н. рук.: преподаватель Штанчаева М.Р.

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)

г. Казань, Россия

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА

Спортивный туризм является сложным явлением, которое можно рассматривать с нескольких позиций. С одной стороны спортивный туризм есть походы и состязания на звание лучшего, а с другой стороны это путешествия, которые позволяют дать физическую нагрузку туристу любого уровня подготовки, а также посетить спортивные мероприятия, следуя за любимой командой или посетить уникальные, значимые в страновом или мировом объекте спортивные сооружения, культовые места, связанные с именами известных спортсменов. Кроме того, спортивный туризм способен прививать любовь к активному времяпрепровождению, формировать понятие и стремление людей к здоровому образу жизни, что подчеркивает его социальное значение.

Спортивные туры в большинстве своем являются групповыми. Групповые туры более выгодны как для самого туриста, так и для туристской компании, поскольку цена поездки равномерно распределяется на всех ее участников, что ничуть не влияет на качество предоставляемых услуг.

Организация групповых экскурсий по территории России дарит замечательную возможность отдохнуть с пользой и посетить наиболее красочные земли родной страны. Однодневные туры спортивного характера являются уникальным турпродуктом, который имеет высокую стоимость и далеко не всегда пользуется спросом.

За последнее десятилетие произошло существенное изменение структуры спроса на спортивные туры. В настоящее время активно формируются совершенно новые направления, как йога-туры, которые объединяют в себе как духовное, так и спортивное начало.

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ №7. ЛОГИСТИКА	3
Абдрахманова Л.Р. ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ ЛОГИСТИКИ КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК	3
Адодина А. И. ЦИФРОВИЗАЦИЯ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ	4
Аксёнов И.А., Сундуков В.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЛОГИСТИКИ ТРАНСПОРТИРОВКИ КАК СПОСОБ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ	9
Аухадиева Ф. Р. ЛОГИСТИКА СКЛАДИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ: ТРУДНОСТИ И ПУТИ ВЫХОДА	7
Афоница М.Б. «МЕЛКОШТУЧКА» НА СКЛАДЕ: СОКРАТИТЬ НЕЛЬЗЯ, ОПТИМИЗИРОВАТЬ	8
Байдимерова Т.Г. РОЛЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ТРАНСПОРТА В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА	11
Батманова Д.С. ЛОГИСТИКА ТРАНСПОРТИРОВКИ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ	13
Вавилова Т.С. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ЗАКУПКАМИ ООО «ЛЕНТА»	16
Вардзелова А.А. ВОПРОСЫ ЛОГИСТИКИ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ	17
Власов А. А. ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ЗАКУПОК	18
Гайнуллин А.А. ПОСТРОЕНИЕ ПРОЗРАЧНОЙ ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК	19
Гарафеев С.А. СКЛАД. НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЛОГИСТИКЕ СКЛАДИРОВАНИЯ	21
Гиниятуллина К.Д. ВОПРОСЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ	24
Глухова А.Д. «ЖИЗНЬ» НАВИГАЦИИ ПО СЕВЕРНОМУ МОРСКОМУ ПУТИ	25
Градобоев И.В. С ЧЕГО НАЧИНАЕТСЯ СКЛАД? ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ СКЛАДСКОГО ХОЗЯЙСТВА	26

Гусева М. Д. ЗНАЧЕНИЕ ЛОГИСТИКИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕЕ ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ	29
Дё Э.А. АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ МАГАЗИНА «МАГНИТ»	33
Зарипова А.И. СИСТЕМА 5S В БЕРЕЖЛИВОМ ПРОИЗВОДСТВЕ ЛОГИСТИКИ	35
Исмагилова К.А. МАССОВЫЙ ПЕРЕХОД НА ЭДО	37
Исмагилова К.А. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОГО КОРИДОРА СЕВЕР-ЮГ	38
Исмагилова К.А. ТЕНДЕНЦИИ, ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО АВТОТУРИЗМА	39
Исмагилова К.А. ЧАСТИЧНАЯ МОБИЛИЗАЦИЯ В ЛОГИСТИКЕ	41
Кадыров К.И., Торлопов Л.В. К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	42
Казакова В.С. ВОЗМОЖНОСТЬ ЗАМЕНЫ ИСКУССТВЕННЫМ ИНТЕЛЛЕКТОМ ЛЮДЕЙ В ПРИНЯТИИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ	44
Каптелев А. О. ВЛИЯНИЕ СЕТЕЙ 5-ОГО ПОКОЛЕНИЯ НА ЛОГИСТИКУ	45
Курняева Д.С. ВИРТУАЛЬНАЯ ЦЕПЬ ПОСТАВОК, КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ КОМПАНИИ	46
Логинова А. С. СОВРЕМЕННЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ	48
Маданова М.П. ОПТИМИЗАЦИЯ ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК И КРОСС-ДОКИНГ	51
Макаров П.А. ЗНАЧЕНИЕ ЛОГИСТИКИ ПРОИЗВОДСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ	52
Метла Д.В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫМИ СЕТЯМИ ТОВАРОПОТОКОВ ООО «МЕТРО»	53
Мирсаевова Д.А. ПОНЯТИЕ И ВИДЫ ТАМОЖЕННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ В ТАМОЖЕННОМ СОЮЗЕ	54
Мишина Д.Е. ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ АУТСОРСИНГА ЛОГИСТИЧЕСКИХ ФУНКЦИЙ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ	55

Назаренко С.С. ТЕХНОЛОГИЯ БЛОКЧЕЙН В ЛОГИСТИКЕ	57
Новоселова Е. А. ВНЕДРЕНИЕ ВОДОРОДНЫХ ТОПЛИВНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ	59
Новоселова Е. А. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ	60
Новоселова Е. А. РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ	61
Носов К.О. ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ ИМПОРТ КАК СПОСОБ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ СРЫВА ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК	62
Писарева С.В. ВОПРОСЫ ЛОГИСТИКИ В СФЕРЕ ТРАНСПОРТА	63
Посибеева А.А. АНАЛИЗ ЛОГИСТИКИ ПРОИЗВОДСТВА КОМПАНИИ	64
Прокопенко Ю.И. АНАЛИЗ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ ООО «ДНС РИТЕЙЛ»	66
Садртдинова А.Ш. ВАКАНСИЯ «ЛОГИСТ» НА РЫНКЕ ТРУДА Г. НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ	67
Саликова Э.Г. ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ БЕСПИЛОТНОГО ТРАНСПОРТА В РФ: ПРОБЛЕМЫ И ПРОГНОЗЫ	68
Сафин А.Р. ЗНАЧЕНИЕ ЛОГИСТИКИ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ	69
Семёнова Е.А. ПРОЦЕДУРА ВЫБОРА ПЕРЕВОЗЧИКА НА ПРИМЕРЕ МЕТРО	74
Симакова М.В. К ВОПРОСУ О РОЛИ ЛОГИСТИКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	78
Сорокина Э.М. АВТОМАТИЗИРОВАННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПОСТАВКАМИ ЗАПАСНЫХ ЧАСТЕЙ НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИЙ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО И МАТЕМАТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ПРОЦЕССОВ	79
Стаценко Е.В. К ВОПРОСУ О ЛОГИСТИКЕ ТРАНСПОРТИРОВКИ В РОССИИ	85
Таишев Т.Ф. УСЛОВИЯ СОЗДАНИЯ ПРОГРАММНОГО ПРОДУКТА ДЛЯ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ	86

Терентьева П.Р. К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ СКЛАДСКИХ ПОМЕЩЕНИЙ, КАК ВАЖНЕЙШИХ ЭЛЕМЕНТОВ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ	87
Тесляков Д.О., Михеев Э.В. НЕОБХОДИМОСТЬ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ СНАБЖЕНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	88
Тищенко Е.С. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ ТРАНСПОРТИРОВКИ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ЧИСТОПОЛЬ XIX-XXI ВВ.	89
Фархутдинова (Ходжиматова) Л. Р. РЕАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ ЗАМКНУТОГО ЦИКЛА НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	90
Фаткулина Д. Р. ЛОГИСТИКА СКЛАДИРОВАНИЯ	93
Хусаенова Ф.Р. АВТОМАТИЗАЦИЯ ЛОГИСТИКИ ТРАНСПОРТИРОВКИ И ЛОГИСТИКИ СКЛАДИРОВАНИЯ КАК ПУТЬ К СНИЖЕНИЮ ПОТЕРЬ НА ПРЕДПРИЯТИИ	98
Цыкун И.Р. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОРСКОГО ТОРГОВОГО СООБЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ С КИТАЕМ	99
Чернова Т.Е. СУЩНОСТЬ ТАМОЖЕННОГО ДЕКЛАРИРОВАНИЯ ТОВАРОВ	100
Чугреев Д.В. ДРОНЫ НА СТРАЖЕ ЛОГИСТИКИ	105
Шакирова Р. Р. БУДУЩЕЕ СОВРЕМЕННОЙ ЛОГИСТИКИ: КОНТЕЙНЕРИЗАЦИЯ	106
Шакирова Р. Р. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН	107
Шакирова Р. Р. ПРОБЛЕМЫ СТРАХОВАНИЯ ГРУЗОВ ПРИ ПЕРЕВОЗКАХ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ЛОГИСТИКЕ	109
Юнусов А.И. АУТСОРСИНГ КАК ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В ЛОГИСТИКЕ	110
Юсупзянова А.Г. СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ ЛОГИСТИКИ СБЫТА (РАСПРЕДЕЛЕНИЯ)	111
Ярмонов В.С. АВТОМАТИЗАЦИЯ И РОБОТИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ И ВСЕХ СФЕР ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВА	114

СЕКЦИЯ №8. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ	116
Альмухаметова Э.И, УНИВЕРСАЛЬНАЯ ИНВАЛИДНАЯ КОЛЯСКА	116
Беляева В.Н. ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ ПРИ УПРАВЛЕНИИ КАЧЕСТВОМ	117
Бермас А.И. ПЕРЕРАБОТКА РЕЗИНОВЫХ ШИН В КРОШКУ В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО И ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЙ СТРАНЫ	119
Газизов А.И. ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ ПРОЦЕССА КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА НА ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ	120
Гильмутдинов Р.Р. РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ КОНТРОЛЯ ГЕОМЕТРИЧЕСКИХ ПАРАМЕТРОВ ДЕТАЛЕЙ ГТД С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИЗМЕРИТЕЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ ОБОРУДОВАНИЯ С ЧПУ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА НАУКОЕМКОЙ ПРОДУКЦИИ	121
Егоров Р.А. БЕЗВОЗДУШНАЯ ШИНА	123
Нигаматуллина Л.Д. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ НА ОСНОВЕ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА	125
Павлинова Т.И. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ АВТОБУСНОЕ ДВИЖЕНИЕ В ВЕЧЕРНЕ- НОЧНОЕ ВРЕМЯ	126
Павлов А.Д., Павлов С.Д. ЛУЧШИЙ ОБУЧАЮЩИЙ РОБОТ	127
Рыбаков И.Д. ИНТЕГРИРОВАННАЯ ЛОГИСТИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА ПОСЛЕПРОДАЖНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ АВИАЦИОННЫХ ГАЗОТУРБИННЫХ ДВИГАТЕЛЕЙ И ГАЗОПЕРЕКАЧИВАЮЩИХ УСТАНОВОК	128
Фардиева А.А. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОИЗВОДСТВА НА ЛИТЕЙНОМ ПРЕДПРИЯТИИ	129
Хайруллина Г.З. ОЦЕНКА ПЕРСОНАЛА НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ TQM	130
Шадрина Т.С. ПОДХОД К АНАЛИЗУ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ КРУПНОГО ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	131

Шачнева И.А. МЕТОДЫ ОЧИСТКИ ГАЗОВЫХ ВЫБРОСОВ «КАЗАНЬОРГСИНТЕЗ»	133
СЕКЦИЯ №9. ПРИКЛАДНАЯ МАТЕМАТИКА, МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	135
Бабин И. А. КОРРЕЛЯЦИОННЫЙ АНАЛИЗ НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТ МАЛОМУ И СРЕДНЕМУ БИЗНЕСУ	135
Бужланов Е. ОЦЕНКА РЕГРЕССОРОВ ФИСКАЛЬНОЙ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ В РОССИИ	136
Валиулов Д.Д., Низамов Д.Д., Хисамиева И.И. ПРИМЕНЕНИЕ ЧИСЛА E (ЧИСЛА ЭЙЛЕРА) В БАНКОВСКИХ РАСЧЕТАХ	137
Ваниев Р.Э, Долгова П.А., Ефимова М.А., Шагивалеева Д.Р. ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИКИ ПРИ БАЛЛИСТИЧЕСКИХ РАСЧЕТАХ ПОЛЁТА ПУЛИ	138
Верёвка А. А, Созонтов М. К. ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ФРАКТАЛОВ НА ПРИМЕРЕ ДЕРЕВА ПИФАГОРА	139
Дробышева Л.В., Курбанова Д.Р. НАХОЖДЕНИЕ ОПТИМАЛЬНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ С ПОМОЩЬЮ МАТРИЦ В СРЕДЕ EXCEL	140
Мартынкин П. А. РЕГРЕССОРЫ НАЛОГА НА ДОХОДЫ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В РОССИИ	141
Мурашкин А. С. МОДЕЛИРОВАНИЕ НА СТРАХОВОМ РЫНКЕ НА ОСНОВЕ ЛИНЕЙНОЙ РЕГРЕССИИ	142
Назипова Д.Л. НАХОЖДЕНИЕ ВЕРОЯТНОСТИ ЗАПУСКА УСПЕШНОГО СТАРТАПА	143
Назипова Д.Л. ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ ВЕРОЯТНОСТЕЙ В СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	145
Никифорова Д. А., Соколова З. Р., Соловьева М. Е. ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКОЙ СТАТИСТИКИ В РАБОТЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ	146
Рогова Я.А., Лаченкова А.А. ОЦЕНКА ТЕНДЕНЦИЙ БЕЗНАЛИЧНЫХ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ В РФ	147

Смирнов И.Ю., Перов Р.А. ИМИТАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ ИНФОРМАЦИОННО- ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ С МОБИЛЬНЫМИ ЭЛЕМЕНТАМИ	148
Тюрин Д.А. КОНТРОЛЬ СОСТОЯНИЯ ВОДИТЕЛЯ НА ДОРОГАХ С ПРИМЕНЕНИЕМ КОМПЬЮТЕРНОГО ЗРЕНИЯ	151
Шмелева А.С. ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКИХ РАСЧЁТОВ В ПАРАБАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ (НА ПРИМЕРЕ ПЕНСИОННОГО ФОНДА РТ)	152
СЕКЦИЯ №10. ТЕХНОСФЕРНАЯ И ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ	154
Азина А.А. ПРОБЛЕМА ЗАГРЯЗНЕНИЯ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ЛЕКАРСТВЕННЫМИ ПРЕПАРАТАМИ, ПРИМЕНЯЕМЫХ В ЖИВОТНОВОДСТВЕ	154
Астабацева Д.А. ВЛИЯНИЕ СПОРТА НА ОРГАНИЗМ ЧЕЛОВЕКА	155
Байбакова Е.В. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КАЧЕСТВО ПОВЕРХНОСТНЫХ ВОД В ВОДНЫХ ОБЪЕКТАХ, ЯВЛЯЮЩИХСЯ ПРИЕМНИКОМ СТОЧНЫХ ВОД	156
Беляева Д.А. ИЗУЧЕНИЕ РАДИАЦИОННОГО ФОНА г. УЛАН-УДЭ	157
Вахрушева Я. В. СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПЕРЕРАБОТКИ ТБО	158
Вафина А.Р. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПАРКОВ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН	160
Гатиятуллина И.И., Пляшкин М.Р. АНАЛИЗ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОХРАНОЙ ТРУДА НА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ РТ	161
Гафурова А.А. РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ БЕЗРАБОТИЦЫ С ПОМОЩЬЮ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	162
Денисов А.И. ЭКОЛОГИЯ КАК ОДНА ИЗ ГЛАВНЫХ СФЕР ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА	163
Исхакова М.Р. РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ ВО ВРЕМЯ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ	165
Константинова О. Д. ПАО «СИБУР» - ЛИДЕР В ОБЛАСТИ ЭКОЛОГИИ	166

Макарова О.И. АНАЛИЗ ВНЕДРЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ «VISION ZERO» В ОАО «РЖД»	167
Пичугина А.А. РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ЗАГРЯЗНЕНИЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ	168
Потапахина А.Л. РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В АЛЬМЕТЬЕВСКОМ ФИЛИАЛЕ КОЛЛЕДЖЕ КИУ	169
Петрова-Дыбова Е.Б. ЭКОЛОГИЧНАЯ ИЛИ УСТОЙЧИВАЯ МОДА КАК АЛЬТЕРНАТИВА «БЫСТРОЙ» МОДЕ	170
Шачнева И.А. ВЛИЯНИЕ МУСОРА НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ	171
СЕКЦИЯ №11. МАРКЕТИНГ	173
Аветисян С. А. ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ С МАРКЕТПЛЕЙСАМИ	173
Альмухаметова К.Р., Грачева Р.А. ИССЛЕДОВАНИЕ ИМИДЖА ООО «ВПРОК-СЕРВИС» НА ЛОКАЛЬНОМ РЫНКЕ	174
Бикмиева И.И., Газизова А.Л. ИССЛЕДОВАНИЕ ОТНОШЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (КЛИЕНТОВ) К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАГАЗИНА «ЭЛЬДОРАДО»	176
Биткина Д.В. ИССЛЕДОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ЭСТЕЛЬ СЕРВИС УРАЛ»	177
Выдренков Д.С. АНАЛИЗ ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ	178
Гарифуллина А. Р. МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ	180
Дьячков Д.В., Миназева А.Р. ИССЛЕДОВАНИЕ ОТНОШЕНИЯ КЛИЕНТОВ К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАГАЗИНА СПОРТИВНОГО ИНВЕНТАРЯ И ОДЕЖДЫ «ОЛИМПИА» (ИЗУЧЕНИЕ ИМИДЖА КОМПАНИИ)	181
Зигангареева Д.И. РЫНОК МАРКЕТПЛЕЙСОВ КАК АКТУАЛЬНЫЙ МЕТОД ТОРГОВЛИ	182
Инцына А.О. ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ РЕКЛАМЫ	183
Иноятова А.Р. ВОЗМОЖНОСТИ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЯ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ	185
Карпова В.А. ЗНАЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ В МАРКЕТИНГЕ	186

Казанцева Т.А. ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ НОВОГО ПРОДУКТА	187
Комарова В.В. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ИНТЕРНЕТ-СУПЕРМАРКЕТОВ	188
Кононова В.А. ИЗУЧЕНИЕ АССОРТИМЕНТА ООО «ЛЕНТА» НА ЛОКАЛЬНОМ РЫНКЕ	189
Корейба Д.К., Ломова С.И. ВЛИЯНИЕ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ НА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ «УХОДОВЫХ КОСМЕТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ»	191
Крайнов А.В. ПОСТРОЕНИЕ ПРОФИЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ МАРКЕТПЛЕЙСОВ	192
Кузнецова Е.С., Шабельник Е.Г. ИССЛЕДОВАНИЕ ОТНОШЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ВКУСНО И ТОЧКА»	193
Лазарева П.Д. К ВОПРОСУ ОБ ИЗМЕНЕНИИ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О МАРКИРОВКЕ НЕКОТОРЫХ ТОВАРОВ	194
Лобанова Э.И. ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ К ДИСТАНЦИОННОЙ ФОРМЕ ОБУЧЕНИЯ	196
Лобанова Э.И., Смольнякова Ю.В., Хазова А.Д. ИЗУЧЕНИЕ ОТНОШЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К СЕТИ МАГАЗИНОВ «МАГНИТ КОСМЕТИК» НА ЛОКАЛЬНОМ РЫНКЕ	197
Маркелова В.Р. МАРКЕТИНГ НА РЫНКЕ NFT	198
Марюхова Д. А. УПАКОВКА КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА	199
Мурашкин А.С. ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ В ЯПОНИИ	200
Павлова П.В. КРАТКИЙ ОБЗОР РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ г. НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ	202
Приходцева Е.В. ТОВАРНЫЙ ЗНАК В КОНТЕКСТНОЙ И ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЕ	203
Ситненкова Д.Д. ПРИМЕНЕНИЕ ВОРОНКИ ПРОДАЖ НА ОНЛАЙН-РЫНКЕ УСЛУГ	204
Стеколыщикова П.Г. ИССЛЕДОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	205

Ушакова А.К. АКТУАЛИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТА В СОВРЕМЕННЫХ РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ	206
Федотова К.А. ПРОБЛЕМЫ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН	207
Французов А.А. ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ МАРКЕТИНГА С «ЭФФЕКТОМ ОРЕОЛА»	208
Якупова Р.Р. ПРАВИЛА СОВЕРШЕНИЯ ПОКУПОК ВО ВРЕМЯ ЧЁРНОЙ ПЯТНИЦЫ	209
СЕКЦИЯ №12. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА, ПЕРЕВОД И ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЕ	212
Алмазова Д.А. ОСОБЕННОСТИ СРЕДСТВ СТИЛИСТИЧЕСКОЙ СЕМАСИОЛОГИИ В РОМАНЕ Д.СЕТТЕРФИЛД «ТРИНАДЦАТАЯ СКАЗКА»	212
Артамонова В.С. АНГЛИЙСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В ГЕЙМДИЗАЙНЕ	213
Багманова А.Х. ПЕРЕВОД СЛОВ-ТРЕНДОВ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)	214
Баринова С.Э. ПЕРЕВОД МЕТАФОРЫ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ	215
Барханова Р.Н. СТИЛИСТИЧЕСКОЕ СВОЕОБРАЗИЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА (НА ПРИМЕРЕ РОМАНА «THE SHOEMAKER'S WIFE»)	216
Брызгалова Е.В. АНГЛИЗИЦМЫ В ТЕРМИНОЛОГИИ ВЕБ-ДИЗАЙНА	217
Вернигор О.Н. ОБЩЕНИЕ КАК ПРОФЕССИОНАЛЬНО ЗНАЧИМАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СОТРУДНИКА УГОЛОВНО-ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ	218
Волжанкина А.С. АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК В СФЕРЕ ТУРИЗМА	219
Вуйович Л.Р. ИРОНИЯ, КАК СТИЛИСТИЧЕСКИЙ ПРИЁМ, В ПРОИЗВЕДЕНИИ «ДНЕВНИК БРИДЖИТ ДЖОНС Х.ФИЛДИНГ»	220
Габдрахманова Д.Ш. ПЕРЕВОД ИМЕН ГОВОРЯЩИХ В СОВРЕМЕННЫХ АНИМАЦИОННЫХ ФИЛЬМАХ	221

Гатаулина З.Ш. ПРОБЛЕМА ПЕРЕДАЧИ СТИЛИСТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ НА ПРИМЕРЕ РОМАНА ДЖОНА ГРИНА «БУМАЖНЫЕ ГОРОДА»	222
Голощапова А.И. СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ПРИЁМЫ В ПРОИЗВЕДЕНИЕ ЭНТОНИ БЁРДЖЕССА «ЗАВОДНОЙ АПЕЛЬСИН»	223
Зарипова А.Р. ПРЕДНАМЕРЕННОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОШИБОК В РЕКЛАМЕ	224
Ибатуллина А.Р. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ПРОИЗВЕДЕНИЙ С. КИНГА	225
Калиниченко А.В. ДИСКУРС Р. БАРТА И ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ В ПОСТСТРУКТУРАЛИЗМЕ	226
Кандаева Е. М. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СИНТАКСИЧЕСКИХ И ЛЕКСИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В «ТЕНЬ И КОСТЬ» Л. БАРДУГО	227
Каримова Л.Р. АВТОРСКИЕ СРАВНЕНИЯ В ТВОРЧЕСТВЕ НИЛА ГЕЙМАНА	228
Киршина А.С. ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ И СОХРАНЕНИЕ РУССКОГО ЯЗЫКА	229
Киямова Э. Ф. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ИМЁН СОБСТВЕННЫХ С КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ (НА ПРИМЕРЕ КИТАЙСКОЙ МИФОЛОГИИ)	230
Клочков Р.А. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ НЕОЛОГИЗМОВ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ НОВЕЙШЕГО ПЕРИОДА	231
Комарова В.В. МАРКЕТИНГОВЫЙ СЛЕНГ	232
Кондратьева Д. Р. ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АНГЛИЦИЗМОВ И РУНГЛИША В НАЗВАНИЯХ ОБЪЕКТОВ ГОРОДСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ КИРОВСКОГО И МОСКОВСКОГО РАЙОНОВ ГОРОДА КАЗАНИ	233
Коткина А. С. СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ НАУЧНО- ПОПУЛЯРНЫХ СТАТЕЙ	234
Кудряшова Д.Н. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ СОКРАЩЕНИЙ В ПЕРЕВОДЕ	236
Ландау А.И. ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТИЛИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В ПРОИЗВЕДЕНИИ ДЕТЕКТИВНОГО ЖАНРА В ПРОИЗВЕДЕНИИ ДОННЫ ТАРТТ «ТАЙНАЯ ИСТОРИЯ»	237

Маринина А.С. ЛЕКСИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ИГРОВОГО СЛЕНГА	238
Медведева А.В. ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В ВЫСТУПЛЕНИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ДЕЯТЕЛЯ - ЛИЗ ТРАСС	239
Мерцалов Р.С. ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АМЕРИКАНСКОГО СПОРТИВНОГО ТЕКСТА	240
Порошина Т.П. СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ СПОРТИВНОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ	241
Пятакова А.Е. СРАВНЕНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ	242
Сакута М.А. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ	243
Сунгатова И.Э. ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТИЛИСТИЧЕСКИХ ПРИЕМОВ В ОРАТОРСКОЙ РЕЧИ	244
Фадеева А.Ю. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА	245
Хамитова Д.Ф. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА СПОРТИВНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В БАСКЕТБОЛЕ (НА ПРИМЕРЕ СПОРТИВНЫХ ИНТЕРВЬЮ)	246
Черкасова А.С. ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА ИГРОВЫХ АББРЕВИАТУР С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ	247
Шаймарданова Р.Р. ЭПИГРАФ И ЕГО РОЛЬ В РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ	248
Шамсеев А.И. НЕОЛОГИЗМЫ В СФЕРЕ КРИПТОВАЛЮТНОЙ ИНДУСТРИИ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА	249
Шамсутдинова И.Р. ОНТОЛОГИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ	250
Шафигуллина К.С. СЛОВООБРАЗОВАНИЕ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ	251
Шулюмов Н.С. ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТИЛИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ БОРИСА ДЖОНСОНА	252
Ямаева А.Р. ЭКСПРЕССИВНЫЕ СРЕДСТВА РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА (НА ПРИМЕРЕ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ)	253

СЕКЦИЯ №13. ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ	254
Галимзянов Р.Р. ФОРМИРОВАНИЕ НАВЫКОВ ИЕРОГЛИФИЧЕСКОЙ ПИСЬМЕННОСТИ НА НАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ ОБУЧЕНИЯ В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ	254
Гаптелбаров Э.Р. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВЕБ-КВЕСТА В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ	255
Гаязова А.А. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ	256
Гаязова А.А. ПОЛИКУЛЬТУРНОСТЬ В СИСТЕМЕ ЦЕННОСТНЫХ ПРИОРИТЕТОВ ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ БУДУЩИХ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ	257
Герасимова А.Д. ДИДАКТИЧЕСКИЕ ИГРЫ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ЛЕКСИЧЕСКИХ НАВЫКОВ НА УРОКАХ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ	259
Дмитриева Д.Д. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ НЕОЛОГИЗМОВ МЕДИЦИНСКОЙ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ	261
Иванова Д.А. ФОРМИРОВАНИЕ МОТИВАЦИИ У СРЕДНИХ ШКОЛЬНИКОВ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ С ПОМОЩЬЮ ПРИЛОЖЕНИЙ НА СМАРТФОНАХ	262
Идрисов Д. Ф. МЕТОДИЧЕСКАЯ СИСТЕМА РАЗВИТИЯ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ПРИ ПОМОЩИ ТЕХНОЛОГИИ CASE STUDY	263
Капитонова Р.О. КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОГО УРОКА ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА	264
Козлова А.К. КОНЦЕПЦИЯ РАЗГРАНИЧЕНИЯ СФЕР ОБЩЕНИЯ В.Л. СКАЛКИНА	265
Лисина А.А. ДИСКУССИЯ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ УМЕНИЙ ИНОЯЗЫЧНОГО ОБЩЕНИЯ	266
Михайлова А.Ф. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ АУДИРОВАНИЮ ПРИ ИЗУЧЕНИИ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА	267

Мищенко А.А. РОЛЬ УЧИТЕЛЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБРАЗОВАНИИ	269
Моисеева А.А. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В МЕТОДИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧИТЕЛЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА	271
Мухамадиарова Ч.Н. РЕАЛИЗАЦИЯ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В ВУЗЕ	272
Мухина К.К. СТИЛИСТИКА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА	273
Попова К.В. ОСОБЕННОСТИ ПРЯМОГО МЕТОДА ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ	274
Саглам Н.Ю. ИНТЕРАКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ФОРМИРОВАНИИ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ЛЕКСИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ НА МЛАДШЕМ ЭТАПЕ ОБУЧЕНИЯ В ШКОЛЕ	275
Сафиуллина К.Р. МОТИВАЦИЯ КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ДЛЯ ОВЛАДЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКОМ В ВУЗЕ	276
Созинов Г.А. АУДИО- И ВИДЕОПОДКАСТЫ НА ЗАНЯТИЯХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ ИНФОРМАЦИОННО- ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ	277
Хайруллина Э.Ш. ВЗГЛЯДЫ Я.А. КОМЕНСКОГО НА РОЛЬ ПЕДАГОГА В ОБУЧЕНИИ ЯЗЫКУ	279
Халяпова А.Р. РАЗВИТИЕ ИНОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ НЕФИЛОЛОГИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ С ПОМОЩЬЮ ИКТ	280
Хаммадиева З.Р. АУДИРОВАНИЕ КАК ОДИН ИЗ ЭФФЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ	282
Чугреев Д.В. ФИЛЬМЫ И СЕРИАЛЫ В ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА	283
СЕКЦИЯ №14. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДУКЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	285
Доловатенко А.И. ОРГАНОЛЕПТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ТВОРОГА	285
Захарченко А.Ю. ОРГАНОЛЕПТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА СМЕТАНЫ	287

Игнатъев Р.В. ОПРЕДЕЛЕНИЯ МАССОВОЙ ДОЛИ ШОКОЛАДНОЙ ГЛАЗУРИ В КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЯХ	289
Колчина М. А. СОВРЕМЕННЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ УПАКОВКИ ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ	290
Кричмар С.В. ИЗУЧЕНИЕ ВОПРОСА ОПАСНОСТИ КАРТОФЕЛЬНЫХ ЧИПСОВ	291
Пантелеев Д.Э. РАЗРАБОТКА ВИТАМИННОГО КОКТЕЙЛЯ ПО ТЕХНОЛОГИИ МОЛЕКУЛЯРНОЙ МИКСОЛОГИИ	292
Попкова А.О. ОРГАНОЛЕПТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА СЛИВОЧНОГО МАСЛА	293
Сафиуллина З.З. ДИЕТИЧЕСКОЕ ПИТАНИЕ ДОШКОЛЬНИКА	294
Скоробагатько В.С. НЕОБХОДИМОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	297
Шакирова К.Р. КОМПЛЕКСНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЯСНОГО СЫРЬЯ ИЗ КРУПНОГО РОГАТОГО СКОТА	298
Шапиро В.М. ОРГАНИЗАЦИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В РЕСТОРАНЕ	301
СЕКЦИЯ №15. ДИЗАЙН	302
Абдульязнов А.А., Афанасьев Т.В., Расаев Д.А. КОЛЛАЖ КАК СРЕДСТВО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ЗАМЫСЛА И КОМПОЗИЦИОННОГО РЕШЕНИЯ УЧЕБНОГО ЗАДАНИЯ	302
Атакова И.Р., Яманова Д.В. ГРАФИЧЕСКИЙ ПЛАКАТ, ЕГО ХУДОЖЕСТВЕННО- КОМПОЗИЦИОННОЕ РЕШЕНИЕ И СПОСОБЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКОЙ ИДЕИ	303
Бариева Р.Р., Сибишова Л.Ф., Фризен Е.Д. КОЛЛАЖ КАК СРЕДСТВО ВОПЛОЩЕНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ЗАМЫСЛА И РЕШЕНИЯ УЧЕБНОГО ЗАДАНИЯ	305
Баткова О. С. ПРОЕКТ СУВЕНИРНОГО ПАВИЛЬОНА ДЛЯ СТАРО-ТАТАРСКОЙ СЛОБОДЫ Г.КАЗАНИ	308
Гарькина А.А. АДАПТАЦИЯ ИСТОРИЧЕСКИХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЗДАНИЙ ПОД ОБЩЕСТВЕННЫЕ ФУНКЦИИ	309

Дьяконенко В.К. К ВОПРОСУ О РОЛИ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ	310
Евлампијева И.Ю. ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ТЕХНИКА ПАСТЕЛЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ДИЗАЙНЕРА	311
Золотухина С.А. КОНЦЕПЦИЯ МУЗЕЯ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ КАК ТИПОЛОГИЧЕСКАЯ ИННОВАЦИЯ В ИСКУССТВЕ	312
Ильинов П.А. РАЗРАБОТКА МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ ПРАВИЛЬНОГО ПИТАНИЯ: ВОПРОСЫ АКТУАЛЬНОСТИ	313
Киреева А.Н. КОЛЛАЖ КАК СРЕДСТВО СМЕШЕНИЯ ОБЩЕПРИНЯТОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ ИСКУССТВА И СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА КОНЦЕПТУАЛИЗМА	314
Мацкевич П. А., Юнусов К.Р. ЭСКИЗНЫЙ ПРОЕКТ ДИЗАЙН ИНТЕРЬЕРА СТУДЕНЧЕСКОГО КАФЕ КИУ В ГОРОДЕ АЛЬМЕТЬЕВСК	316
Мирзокантова М.М., Шарипова Л.Р., Шурыгина Ю.А. МУЗЫКА КАК СОПРОВОЖДЕНИЕ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ЗАМЫСЛА В РАМКАХ ПРАКТИЧЕСКОГО ЗАНЯТИЯ ПО КОМПОЗИЦИИ	317
Муталибова Э.С., Насирова А.Л. ВОЗМОЖНОСТИ ГРАФИЧЕСКОЙ ТЕХНИКИ КОЛЛАЖ ДЛЯ ВЫРАЖЕНИЯ ТВОРЧЕСКОЙ ИДЕИ	319
Нургалиева Р. М. К АКТУАЛЬНОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УДМУРТСКИЙ ФОРУМ «ЭТНОС»	320
Романчук А. В. РОЛЬ ЗОЛОТОГО СЕЧЕНИЯ В ИЗОБРАЖЕНИИ	321
Тухбатова Э., Халиуллина А., Кравченко М., Загрияева Д. ДИЗАЙН-ПРОЕКТ СТУДЕНЧЕСКОГО КАФЕ КИУ В ГОРОДЕ АЛЬМЕТЬЕВСКЕ	322
Фаттахова А.Р. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПСИХОЛОГИИ ЦВЕТА В СОЗДАНИИ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР	324
Чернов Я.В. ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ТЕХНИКА ГРИЙЗАЛЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ДИЗАЙНЕРА	325
Шагиева Л.В. ТАТАРСКИЙ СОВРЕМЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОСТЮМ КАК ЧАСТЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭСТЕТИКИ	326

Шафиков Я.Х. РЕНОВАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ КИУ: ОПЫТ ПРОЕКТНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ В РАМКАХ ЛАБОРАТОРИИ АРХИТЕКТУРЫ И ДИЗАЙНА КАФЕДРЫ ДИЗАЙНА	327
Юнусова Д.И. К ИСТОРИИ ДИЗАЙНА: ГЕРАЛЬДИКА В РОССИЙСКОЙ КУЛЬТУРЕ	331
СЕКЦИЯ №16. ТУРИЗМ И СЕРВИС	332
Абдикаиров А.М. КАЧЕСТВО СЕРВИСА В ТУРИЗМЕ	332
Абдулвалеева А.Л. УБОРОЧНЫЕ РАБОТЫ В ГОСТИНИЦЕ	334
Абрамова А.В., Гайфуллина В.Л. МАРШРУТ АКТИВНОГО ТУРИЗМА И ОТДЫХА «КАМСКИЕ ПРОСТОРЫ»	335
Акманаева Э.Д. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ И РОСТА ПОТРЕБНОСТИ В АВТОБУСНЫХ ТУРАХ	336
Александрова В.Р. РАЗВИТИЕ КАЯКИНГА В ЧИСТОПОЛЬСКОМ МУНИЦИПАЛЬНОМ РАЙОНЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН	337
Антипова А.А. РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН	339
Аптукаева А.Р., Сабирова Р.А. ТУРИСТИЧЕСКОЕ МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ «RT TRAVEL»	340
Арефьева Ю.А. ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН НА ПРИМЕРЕ ФЕСТИВАЛЯ «ДЕНЬ НЕПТУНА НА ОЗЕРЕ КАБАН»	341
Базыгина В.А. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГАСТРОТУРИЗМА В РОССИИ	342
Баклан С.А. ПРОБЛЕМЫ РЕЧНОГО ТРАНСПОРТА И ПОДХОДЫ К ИХ РЕШЕНИЮ	342
Бердникова Т.В. ТУРИСТИЧЕСКИЙ МАРШРУТ «ИНГУШЕТИЯ - МЕСТО ПЕРЕРОЖДЕНИЯ ДУШИ»	344
Бирюкова П.А. ФУНКЦИОНАЛ И ОБЯЗАННОСТИ СЛУЖБЫ ПРИЕМА И РАЗМЕЩЕНИЯ	345
Большакова В.Ю., Самарцева А.Е. ЦВЕТУЩАЯ ПРЕЛЕСТЬ АЗНАКАЕВСКОЙ ЗЕМЛИ	346
Бушкова К.В. СКАЛОЛАЗАНИЕ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ГОРНОГО ТУРИЗМА	348

Вересова П.А. ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ	349
Волкова А.Д. СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ В РАЗВИТИИ АКТИВНОГО ОТДЫХА И ТУРИЗМА	351
Вожакова А.С., Галиева Д.Д., Красовская Э.В., Масленникова В.С., Соколова С.С. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ТУР ПО КОНЦЕПЦИИ ПОЗНАНИЯ ИСТОРИИ И КУЛЬТУРЫ АКТАНЬШСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН «АКТАНЬШ – НАЧАЛО ПУТИ»	352
Вожакова А.С., Галиева Д.Д., Красовская Э.В., Масленникова В.С., Соколова С.С. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ТУР «РЫБНЫЕ ВЫХОДНЫЕ»	353
Галиева И.Р. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕЧНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН	355
Галиуллина А.Л. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КРУИЗНОГО ТУРИЗМА В РФ	356
Гильмутдинова К.Т. КОННЫЙ ТУРИЗМ	357
Гиметдинов Д.З. ОСОБЕННОСТИ ГОСТЕПРИИМСТВА АРМЯНСКОГО НАРОДА	358
Гурьянова А.А. РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИЗМЕ	359
Дарьина П.Е. НЕОБХОДИМОСТЬ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА	360
Евстафьева В.О. САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ В РАЗВИТИИ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА	361
Емельянова Е.С. ЗНАЧЕНИЕ ЗВЕЗДНЫХ РЕЙТИНГОВ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ	362
Жорина К.Д. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИЗМА В ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ	363
Закиров И.М. АРАЛЬСКОЕ МОРЕ БОЛЬШЕ НЕ БУДЕТ ТУРИСТСКИМ РЕСУРСОМ	365
Зиннуров А.И., Павлов Д.П., Каралов Б.К. ПРОЕКТ «ВОЛЖСКИЙ УЛОВ»	366
Кабиров А.А. ИНФОРМАТИЗАЦИЯ КАК ДВИГАТЕЛЬ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА	368

Калининская С.А. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ В РОССИИ	369
Кирюхина М.И. ПРОЕКТ «КУРИНЫЕ ИСТОРИИ: ОТ А ДО Я»	370
Королёв А.Е. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ВЫЕЗДНЫЕ КВЕСТЫ	371
Кудашева Д.С. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ТУРИСТСКОЙ СФЕРЕ	372
Леонтьева К.А. О РОЛИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ	373
Маликова Д.Т. К ВОПРОСУ ПРОБЛЕМ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ В ТУРИЗМЕ РОССИИ	374
Маматова Д.Р. О ВОПРОСАХ ОРГАНИЗАЦИИ ТРЕНИНГОВ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ	376
Мамлина К.А. КАЗАНЬ ГЛАЗАМИ ВЕЛОСИПЕДИСТА – РАЗРАБОТКА ГОРОДСКОГО ВЕЛОМАРШРУТА	377
Мамлина К.А. ПРИВЛЕЧЕНИЕ ТУРИСТОВ К ФОТОТУРУ	378
Мефаева А.М. КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ МАРШРУТ «ДРЕВНИЕ ПУТИ – ДОРОГИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН»	379
Мефаева А.М. СПОСОБЫ ВНЕДРЕНИЯ СТАНДАРТОВ WORLDSKILLS В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	380
Мурзакаева Р.Р. РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ	381
Мухина М.К. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭТНОТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ РАЗРАБОТКИ ЭТНОТУРА	382
Портонова В.В. МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА НА ТУРИСТСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ	383
Салихова Л.И. ИННОВАЦИИ В ТУРИЗМЕ И СЕРВИСЕ	384
Салтыкова Е.С. АНАЛИЗ АТТРАКТИВНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ТЕРРИТОРИИ НП ТАГАНАЙ ДЛЯ ТУРОВ ВЫХОДНОГО ДНЯ	385
Санеева А.Т., Усманов Р.У. ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ МАРШРУТ «ВКУСНЫЕ ЧУДЕСА КАЗАНИ»	386

Сафиуллина А.А. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА	387
Сергухина Ю.В. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ	388
Соловьева Е. А., Большакова Д. А., Ахунянова Ю. Р., Пьянова Д. Д. ПРОЕКТ Тура « Я – РЫБАЧКА, ТЫ – РЫБАК»	389
Сорокин И.О. ВИДЫ ГЛЭМПИНГА В ТУРИЗМЕ	390
Сорокин И.О. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВОДНОГО ТРАНСПОРТА	391
Торрес Л.Г. ОСОБЕННОСТИ ТРАДИЦИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА НАРОДА ХАНТЫ	392
Утешова В.Н. ОСОБЕННОСТИ ГОСТЕПРИИМСТВА ЯКУТОВ	393
Уханева Е.А. ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН	394
Фарвазов Д.С. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ	395
Фарвазов Д.С. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МИРОВОГО ТУРИЗМА	396
Фарвазов Д.С. ХОББИ-ТУРИЗМ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	397
Филюшенко В.О. ВИДЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА	398
Хасанова А.А. ПРОБЛЕМЫ ТРАНСПОРТНОЙ ДОСТУПНОСТИ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ В ТУРЕ НА ПРИМЕРЕ РФ	399
Хасаншина З.М. К ВОПРОСУ БЕЗОПАСНОСТИ НА БОРТУ ЛАЙНЕРА ИЛИ ТЕПЛОХОДА	400
Черных Е.А. ТУРИСТСКИЙ ПРОЕКТ «ЧЕРНОЕ ЗОЛОТО ТАТАРСТАНА»	401
Чугреев Д.В., Бурдаева А.И. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ ГОРОДА КАЗАНИ	402
Шагиева З.А. СТРУКТУРА ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ	403
Шакирова А.Р. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ СЕКТОР В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА	404

Шарифуллин И.Н. О ПРОФЕССИИ МЕНЕДЖЕР ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА	405
Шершикова Д.Н. РОЛЬ КАЧЕСТВА СЕРВИСА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА	406
Шмелёва М.В. ПРИЧИНЫ РАЗВИТИЯ «ТЕМНОГО» ТУРИЗМА	407
Якимова М.Н. МАРШРУТ АРТ-ПРОСТРАНСТВО «ИСТОРИЯ 2.0»	408
Якшова А.А. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА	409

Научное издание

**КАЗАНСКИЕ НАУЧНЫЕ ЧТЕНИЯ СТУДЕНТОВ И АСПИРАНТОВ
ИМЕНИ В.Г. ТИМИРЯСОВА – 2022**

Материалы
XII Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов

16 декабря 2022 г.

Том 2

Материалы публикуются в авторской редакции

Главный редактор *Г. Я. Дарчинова*
Технический редактор *С. А. Каримова*
Дизайнер *Г. И. Загретдинова*



Подписано в печать 26.06.2023. Формат 60x84 1/16
Гарнитура PT Astra Serif. Усл. печ. л. 25,1. Уч.-изд. л. 17,6
Тираж 100 экз. Заказ № 48



ПОЗНАНИЕ


Издательство Казанского инновационного
университета им. В. Г. Тимирязова
420111, г. Казань, ул. Московская, 42
Тел. (843) 231-92-90
E-mail: zaharova@ieml.ru

Отпечатано с готового оригинал-макета
в типографии ООО «ТЦО «Таглимат»
420108, г. Казань, ул. Зайцева, 17