

Научно-исследовательский центр «Иннова»



ВОПРОСЫ НАУКИ 2022: ПОТЕНЦИАЛ НАУКИ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ

Сборник научных трудов по материалам
XXVII Международной научно-практической конференции,
17 февраля 2022 года, г.-к. Анапа

Анапа
2022

УДК 00(082) + 001.18 + 001.89

ББК 94.3 + 72.4: 72.5

В74

Ответственный редактор:
Скорицова Екатерина Николаевна

Редакционная коллегия:

Бондаренко С.В., к.э.н., профессор (Краснодар), **Дегтярев Г.В.**, д.т.н., профессор (Краснодар), **Хилько Н.А.**, д.э.н., доцент (Новороссийск), **Ожерельева Н.Р.**, к.э.н., доцент (Анапа), **Сайда С.К.**, к.т.н., доцент (Анапа), **Климов С.В.** к.п.н., доцент (Пермь), **Михайлов В.И.** к.ю.н., доцент (Москва).

В74 ВОПРОСЫ НАУКИ 2022: ПОТЕНЦИАЛ НАУКИ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ. Сборник научных трудов по материалам XXVII Международной научно-практической конференции (г.-к. Анапа, 17 февраля 2022 г.). – Анапа: Изд-во «НИЦ ЭСП» в ЮФО, 2022. – 65 с.

ISBN 978-5-95283-795-9

В настоящем издании представлены материалы XXVII Международной научно-практической конференции «ВОПРОСЫ НАУКИ 2022: ПОТЕНЦИАЛ НАУКИ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ», состоявшейся 17 февраля 2022 года в г.-к. Анапа. Материалы конференции посвящены актуальным проблемам науки, общества и образования. Рассматриваются теоретические и методологические вопросы в социальных, гуманитарных, естественных и других науках.

Издание предназначено для научных работников, преподавателей, аспирантов, всех, кто интересуется достижениями современной науки.

За содержание и достоверность статей, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности ответственность несут авторы. При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

Информация об опубликованных статьях размещена на платформе научной электронной библиотеки (eLIBRARY.ru). Договор № 2341-12/2017К от 27.12.2017 г.

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте:
www.innova-science.ru.

УДК 00(082) + 001.18 + 001.89
ББК 94.3 + 72.4: 72.5

© Коллектив авторов, 2022.

© Изд-во «НИЦ ЭСП» в ЮФО

(подразделение НИЦ «Иннова»), 2022.

ISBN 978-5-95283-795-9

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

АНАЛИЗ ПРАКТИКИ ПРОДВИЖЕНИЯ БАНКА

Акулова Анастасия Андреевна..... 5

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Акулова Анастасия Андреевна..... 10

ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ ИНТЕГРАЦИИ

ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ

В ЭЛЕКТРОННОМ БИЗНЕСЕ

Стеблюк Илья Юрьевич..... 15

КИБЕРПРЕСТУПНОСТЬ КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ

БЕЗОПАСНОСТИ: ОЦЕНКА И МЕРЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ

Огарков Михаил Валерьевич..... 20

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

РОЛЬ ЛИДЕРОВ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В ПРОДВИЖЕНИИ

ТОВАРОВ

Акулова Анастасия Андреевна..... 25

ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ

ОТКАЗ В ВОЗБУЖДЕНИИ УГОЛОВНОГО ДЕЛА КАК

ИНСТИТУТ УГОЛОВНО-ПРОЦЕССУАЛЬНОГО ПРАВА

Гапшенко Кристина Владимировна..... 30

СОСТОЯНИЕ НАСИЛЬСТВЕННОЙ ПРЕСТУПНОСТИ

В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Карпусь Александр Александрович..... 35

ПОНЯТИЕ ПРЕСТУПЛЕНИЙ, СОВЕРШАЕМЫХ СОТРУДНИКАМИ

ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ В СФЕРЕ СЛУЖЕБНОЙ

ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Левицкий Александр Анатольевич..... 40

ПРОФИЛАКТИКА НАРУШЕНИЯ ПРАВИЛ ДОРОЖНОГО

**ДВИЖЕНИЯ И ЭКСПЛУАТАЦИИ ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ
КАК СОСТАВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОВД**

Немчинов Сергей Валерьевич 45

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ, ИЗМЕНЕНИЕ И РАСТОРЖЕНИЕ ГРАЖДАНСКО-
ПРАВОВЫХ ДОГОВОРОВ**

Семенова Дарья Максимовна 50

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОТИВАЦИИ
К ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Кармолицкая Людмила Александровна, Недоступенко Дарья Александровна

Сильченко Ольга Викторовна 56

ХИМИЧЕСКИЕ НАУКИ

**СИНТЕЗ НАНОКОМПОЗИЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ НА
ОСНОВЕ МОДИФИЦИРОВАННОГО ОКСИДА ГРАФЕНА ДЛЯ
УДАЛЕНИЯ ОРГАНИЧЕСКИХ КРАСИТЕЛЕЙ ИЗ ВОДНЫХ СРЕД**

Мкртчян Элина Сааковна

Ананьева Оксана Альбертовна

Бураков Александр Евгеньевич 60

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 338

АНАЛИЗ ПРАКТИКИ ПРОДВИЖЕНИЯ БАНКА

Акулова Анастасия Андреевна

студент

Научный руководитель: Колобова Евгения Юрьевна,

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт кино
и телевидения», город Санкт-Петербург

***Аннотация.** В статье проведено исследование по внедрению рекламной кампании для продвижения банка, на примере ПАО «Сбербанк». На разных платформах выявлены различные показатели эффективности продвижения, но все они успешные.*

The article presents a study on the introduction of an advertising company to promote the bank, using the example of Sberbank PJSC. Different promotion performance indicators have been identified on different platforms, but they are all successful.

***Ключевые слова:** банковская услуга, продвижение, реклама, платформы продвижения, рекламная кампания*

***Keywords:** banking service, promotion, advertising, promotion platforms, advertising campaign*

В настоящее время нужды и желания потребителей выходят на первый план. Сбербанк является крупнейшим банком в России и бывших советских республиках, специализируясь на брокерских и дилерских услугах на зарубежных рынках. Из года в год ПАО «Сбербанк» всё больше внимания уделяет маркетингу и, в частности, продвижению. Отметим, что именно на продвижение в Интернете приходится половина затрат [1], что связано с пониманием важности

использования цифровых технологий и инноваций. Анализ процесса продвижения на примере одного из сервисов ПАО «Сбербанк» указывают на целесообразность рассмотрения именно действия на первоначальных этапах [2]. Во-первых, необходимо сформулировать коммуникационную задачу, которая будет решаться во время проведения кампании.

Так, проводится кампания по продвижению помощника Сбербанка, который позволяет пользователям осуществлять денежные переводы в более комфортном режиме [3]. Коммуникационная задача заключалась в том, чтобы рассказать всем существующим и потенциальным клиентам Сбербанка и экосистемы Сбербанка про виртуальных ассистентов Салют, а также показать, что делать переводы при помощи голоса очень просто и удобно.

Также формулируются особенности продукта и коммуникации, так как именно индивидуальный кастомизированный подход к каждой кампании позволяет добиваться хороших результатов и высоких показателей. В рамках данного кейса у Салюта несколько цифровых ассистентов: Сбер, Афина и Джой. Пользователь может выбрать того, который ему больше нравится.

Ассистенты Салют являются виртуальными, а не просто голосовыми помощниками, это означает, что с ассистентами Салют можно общаться голосом, но это никогда не может быть единственным способом взаимодействия. Пользователю всегда доступны как минимум два канала. Например, на SberBox управлять Салютом можно при помощи голоса и пульта. В СберБанк Онлайн — при помощи голоса и касаний экрана. Ассистенты Салют доступны в приложениях Сбербанк Онлайн и Сбербанк Салют и умных устройствах Сбербанка.

При разработке конкретной рекламной кампании важно также указывать всю необходимую информацию, все детали. Например, при демонстрации сервиса Салют важно было отметить, что пользователям доступны только такие фразы, как «Салют, Сбер/Джой/Афина, переведи...». Согласно указаниям, эти фразы нужно использовать в нестандартных, смешных ситуациях, перевод голосом особенно актуален. Например, человек стоит на голове или находится в каком-нибудь другом положении, где у него заняты руки.

При реализации поставленных задач нужно было показать интерфейс приложения, то есть именно экран взаимодействия с ассистентами, а также обязательно отметить аккаунт ПАО «Сбербанк» в соответствующей социальной сети. Другим примером является продвижение продукта Сбербанка, в частности, Молодёжной карты, через наиболее популярную сегодня площадку TikTok.

Кампания проходила в 1 этап. Было опубликовано 6 интеграций с отметкой аккаунта @sber_ru с и тегами #вовсеоружии #перваякарта #молодежнаякарта. Лидеры общественного мнения демонстрировали преимущества пользования молодёжной карты VISA Сбербанка.

Благодаря интересным сюжетам видео набрали на 15,5% больше просмотров поставленного KPI и собрали более 4,15 млн просмотров, познакомили аудиторию TikTok с брендом Сбербанк и повысили знание о возможностях молодёжной карты VISA Сбербанка. По итогам проведения кампании в TikTok, KPI по просмотрам были перевыполнены на 15,5% (4 158 800 просмотров). У публикаций с интеграциями были установлены высокие показатели вовлеченности — средний ERview составил 17,9%. Уже после первых публикаций, в комментариях пользователи начали позитивно реагировать, кто-то писал о том, что уже завёл карту Сбербанк VISA, кто-то писал о том, что сделает это в ближайшее время. Многие отметили креативность рекламы, большое количество восторженных комментариев.

Исходя из количества просмотров и откликов пользователей механика показала себя успешно. Ещё один пример продвижения бренда в агентстве Out Digital – продвижение карточных сервисов Сбербанка в TikTok. Кампания проходила в 1 этап. Было опубликовано 6 интеграций с отметкой аккаунта @sber_ru с и тегом #ОнлайнИстории.

Герои демонстрировали возможности приложения Сбербанк Онлайн. Например, показывали ситуации, когда забывали PIN-код карты или не могли найти реквизиты, а в решении проблем им помогал Сбербанк Онлайн. Благодаря интересным сюжетам и ненавязчивым интеграциям продукта, видео набрали на 38% больше просмотров поставленного KPI и собрали более 4,5 млн просмотров,

познакомили аудиторию TikTok с брендом Сбербанк и повысили знание о возможностях приложения Сбербанк Онлайн.

По итогам проведения кампании в TikTok, KPI по просмотрам были перевыполнены на 41% (4 818 600 просмотров). 41% — это разница между ожидаемым количеством просмотров, которые были рассчитаны как среднее по нескольким публикациям и реальным числом просмотров, которые уже были рассчитаны после организации продвижения. У публикаций с интеграциями были установлены высокие показатели вовлеченности — средний ERview составил 16,8%. Уже после первых публикаций, в комментариях пользователи начали позитивно реагировать, рассказывать свои комичные истории, связанные с потерей карт или забытым PIN-кодом. А кто-то восхищался креативной рекламой Сбербанка.

Ещё одна рекламная кампания под название «Заказательный палец» была организована совместно со Сбермаркетом. Предлагалось снимать видео о своих действиях при заказе товаров. Пользователи могли делиться этими видео в сети. Интересно было узнать, каким пальцем осуществляется заказ товара. Также при помощи агентства в данной рекламной кампании участвовали лидеры общественного мнения.



Рисунок 1 - Сводные данные о рекламной кампании «заказательный палец»

В данном случае рекламная кампания осуществлялась на платформе

TikTok, данные о результатах представлены ниже на Рис. 2.9. Показатель вовлечённости составил 10%, в то время как рекламный охват достиг 27 млн пользователей.

Таким образом, после анализа кейсов продвижения банковских товаров и услуг посредством создания видеоконтента в блогосфере приходим к выводу о том, что такое продвижение считается эффективным, однако ввиду специфику алгоритмов площадок и социальных сетей иногда наблюдается снижение эффективности, поэтому важно постоянно использовать несколько инструментов, иметь запасные варианты и работать над тем, чтобы продвижение брендов было более качественным и позволяло привлекать больше пользователей. ПАО «Сбербанк» ежегодно совершенствует свою политику продвижения и следит за тем, чтобы соответствовать тенденциям рынка и быть впереди конкурентов.

Список литературы

1. Бахшян Л. М. Оценка эффективности рекламы банков в социальных сетях / Маркетинг и логистика. 2017. № 2 (10). с. 15–25.

2. Финансовые результаты ПАО Сбербанк по итогам 2020 года без учета событий после отчётной даты по российским правилам бухгалтерского учёта (неконсолидированные данные). URL: https://www.sberbank.ru/ru/press_center/all/article?newsID=11574bc2-1156-4bd0-92b5-709c8a65ed6d&blockID=1303®ionID=77&lang=ru&type=NEWS

3. Promotion banking services and products factors influencing bank offer promotion among consumers. URL: http://www.scientificpapers.org/wp-content/files/1499_Mircea-Promotion_Banking_Services_and_Products_-_Factors_Influencing_Bank_Offer_Promotion_among_Consumers.pdf

УДК 338

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ БАНКОВСКИХ УСЛУГ**Акулова Анастасия Андреевна**

студент

Научный руководитель: Колобова Евгения Юрьевна,

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт кино
и телевидения», город Санкт-Петербург

***Аннотация.** В статье исследованы особенности функционирования банковской деятельности в народном хозяйстве, определены факторы влияния на продвижение банковских услуг. Автор определил наиболее предпочтительные платформы для продвижения банковских услуг.*

The article examines the peculiarities of the functioning of banking activities in the national economy, determines the factors of influence on the promotion of banking services. The author has identified the most preferred platforms for the promotion of banking services.

Ключевые слова: реклама, банковские услуги, продвижение, потребители

Keywords: advertising, banking services, promotion, consumers

В настоящее время нужды и желания потребителей выходят на первый план. Многие услуги и продукты разрабатываются и продвигаются на основе предложений и пожеланий потребителей. Однако ввиду быстрых изменений внешней и внутренней среды банкам нужно постоянно менять своим инструменты, адаптироваться под требования рынка. Информационные технологии и онлайн-банкинг становятся новыми направлениями развития маркетинга, а значит оказывают влияние и на процесс продвижения банковских услуг.

Продвижение банковских услуг и продуктов обладает своими особенностями, а инновации предоставляют учреждениям любого характера возможность

постоянно совершенствовать свои предложения продуктов и услуг. Поддержка связи с клиентами осуществляется различными способами, включая, электронную почту, телефонные контакты (или SMS) или другие средства связи, Интернет. Клиентов, регулярно получающих информацию о состоянии своих счетов, банк может стимулировать, прилагая рекламные письма или брошюры с информацией об улучшении предлагаемых услуг/продуктов, диверсификации существующих или проведении рекламных кампаний.

Из множества факторов и элементов, влияющих на продвижение банковских продуктов и услуг, можно выделить: высокий уровень конкуренции, поведение потребителей, маркетинговую микросреду и макросреду банковского учреждения, имидж учреждения в предоставлении услуг текущим и потенциальным потребителям. Обычно при продвижении банковских продуктов и услуг учитываются следующие факторы:

1. Апатия потребителей - клиенты, большинство из которых считают необходимыми и важными услуги/банковские продукты, но незначительная часть из них действительно заинтересована в их приобретении; большинство рассматривают услуги/банковские продукты как «необходимое зло» из-за недостаточной мотивации для овладения ими [2].

2. Высокая степень риска - воспринимается потребителями; поскольку нет возможности проверить неосязаемость услуг/продуктов перед покупкой, поэтому нет возможности оценить их преимущества;

3. Низкая степень доверия к источникам информации - мнение потребителя формируется в процессе построения и развития его отношений с финансовым учреждением и гораздо меньше после рекламы;

4. Меньшинство потребителей на рынке — это еще один фактор, влияющий на эффективность продвижения, так как в государстве очень низкая доля лиц, готовых купить товар или услугу в любой момент времени. Таким образом, зная точный целевой сегмент, появляется возможность не потерять потенциальных потребителей;

5. Конкуренция аналогичных финансовых услуг - из-за жесткой

конкуренции на рынке увеличилось количество поставщиков продуктов и банковских услуг и сходство между ними. Продукты и услуги на банковском рынке могут быть легко скопированы, поэтому конкурентное преимущество очень низкое. Также стоит отметить, что специфика продвижения связана и со свойствами банковской услуги, которые отличают её от других [1]:

1. Абстрактность – неосвязаемость и сложность для восприятия (расчётный счет, перевод денежных средств).
2. Неотделимость услуги от источника (кредит на покупку автомобиля, ипотека).
3. Непостоянство качества (неодинаковость) услуг (разные процентные ставки по кредитам или депозитам).
4. Несохранимость банковских услуг (окончание договора по кредиту).
5. Договорный характер банковского обслуживания (договор кредитования, договор на открытие срочного вклада).
6. Связь банковского обслуживания с деньгами (комиссия, взаиморасчеты).
7. Протяженность обслуживания во времени (краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные вклады/депозиты).
8. Вторичность удовлетворяемых банковскими услугами потребностей (потребительский кредит на ремонт квартиры).

Среди большого количества инструментов и методов продвижения в настоящее время, принимая во внимание переход к цифровой экономике и информационному обществу, для продвижения большую роль играют именно социальные сети и платформы. Как считает Джилл Кастилла, президент и главный исполнительный директор Citizens Bank of Edmond, Эдмонд, штат Оклахома «банковское дело — это не только ставки, которые банк платит по депозитам или взимает за кредиты; это социальный капитал, который банк предоставляет обществу, причём сети действительно подчёркивают роль банков в обществе, увеличивают этот социальный капитал и поддерживают банки, когда они сталкиваются с трудностями». Наиболее часто используемые платформы и инструменты

продвижения представлены на рисунке 1.

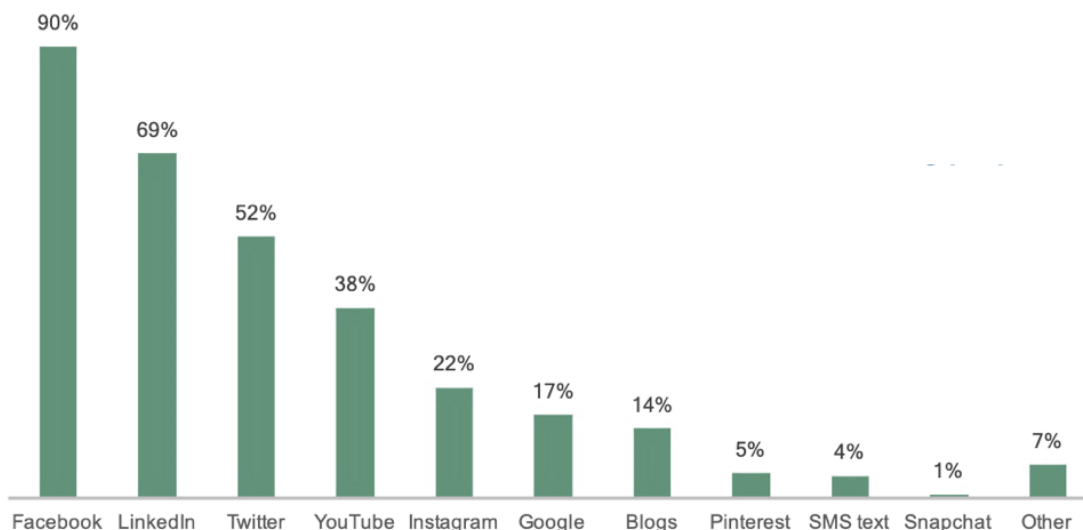


Рисунок 1 - Платформы продвижения, используемые зарубежными банками [3]

Наиболее предпочитаемые банками платформы социальных сетей - Facebook (90%), LinkedIn (69%) и Twitter (52%), за ними следуют YouTube (38%) и Instagram (22%). Pinterest и текстовые SMS едва набирают 5% и 4% соответственно. Что касается Snapchat, то это мобильное приложение для обмена изображениями и мультимедийными сообщениями пока не пользуется большой популярностью у зарубежных банков [45].

Российские банки предпочитают мультимедийное размещение: в 2020 г. было выделено порядка 71% бюджета на такое размещение. При организации продвижении платёжных карт, вкладов и ипотеки высока популярность баннеров, для автокредитов часто выбирают тизеры, а услуги для бизнеса активнее, чем остальные, продвигаются посредством видеоформатов. Что касается платформ, большая часть средств (73%) была направлена на кроссплатформенное размещение.

Говоря про видеоразмещение, отметим, что наиболее популярным способом являются посты в социальных сетях (59% затрат) и прероллы (23% затрат). При организации видеорекламы также в основном предпочитали кроссплатформенные форматы (50% затрат). Но при продвижении потребительских кредитов

и ипотеки доля затрат на рекламу посредством видеоконтента на компьютерах заметно выше — 80% и 81% соответственно. Специалисты пишут о том, что наиболее часто целевой аудиторией являются лица в возрасте 25-50 лет [3].

Маркетинг влияния активно развивается в настоящее время, также развивается и рынок предоставления услуг в данной сфере, участниками которого являются маркетинговые агентства, продюсерские компании, лидеры мнений (или их агенты), а также биржи блогеров.

Список литературы

1. Бахшян Л. М. Оценка эффективности рекламы банков в социальных сетях / Маркетинг и логистика. 2017. № 2 (10). с. 15–25.

2. Костоглодов Д. Д., Иванченко О. В., Перепелица А. О. Influence -маркетинг как актуальный способ продвижения брендов / Логистика vs Covid-19: последствия, риски, новые возможности роста. – 2020.

3. Promotion banking services and products factors influencing bank offer promotion among consumers. URL: http://www.scientificpapers.org/wp-content/files/1499_Mircea-Promotion_Banking_Services_and_Products_-_Factors_Influencing_Bank_Offer_Promotion_among_Consumers.pdf

УДК 658.6

**ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ ИНТЕГРАЦИИ
ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ
В ЭЛЕКТРОННОМ БИЗНЕСЕ**

Стеблюк Илья Юрьевич

аспирант

Финансовый Университет при правительстве Российской Федерации,
Москва

***Аннотация.** На сегодня практически все платформы функционируют в цифровой среде. Движущей силой современного этапа информатизации как категорического императива выступили цифровые данные как результат научного прогресса, с одной стороны, в математике, криптографии и теории игр, а с другой - в материалах с открытием новых свойств, средств конструирования и сборки. В последние годы качественно растет потенциал вычислений, включая облачные, квантовые, оптические, биологические, нейронные. Цифровая экономика базируется на цифровых технологиях, включая цифровой бизнес, цифровое регулирование и цифровую инфраструктуру. Превалирующим в ней становится цифровое мышление, а адекватной организационной формой - цифровые платформы, становление которых имело собственную логику.*

***Ключевые слова:** интернет, электронная коммерция, электронный бизнес, цифровые платформы*

***Annotation.** Today, almost all platforms operate in a digital environment. The driving force of the modern stage of informatization as a categorical imperative was digital data as a result of scientific progress, on the one hand, in mathematics, cryptography and game theory, and on the other - in materials with the discovery of new properties, design and assembly tools. In recent years, the potential of computing, including cloud, quantum, optical, biological, and neural, has been growing*

qualitatively. The digital economy is based on digital technologies, including digital business, digital regulation and digital infrastructure. Digital thinking becomes predominant in it, and digital platforms, the formation of which had its own logic, become an adequate organizational form.

Keywords: *internet, e-commerce, e-business, digital platforms*

Цифровые платформы выступают как посреднические инфраструктурные площадки с возможностями извлечения всех данных онлайн-активности и операций пользователей, их регистрации и анализа. В более узком смысле они обеспечивают взаимодействие переменных и детерминируют модели ведения бизнеса, основанные на цифровых данных. То есть это механизм, позволяющий разным сторонам взаимодействовать в режиме онлайн.

Показательно, что многокритериальная классификация платформ касается почти исключительно цифровых платформ. Более того, очевидна их дальнейшая дифференциация. Так, по признаку «прибыльность» к коммерческим можно отнести - социальные (Facebook, VK), образовательные (Courser, ЛекТориум), инвестиционные (Instant Success, OneRay) платформы, электронные платежные системы (PayPal), электронную торговлю товарами и услугами как прямую (Иkea, Samsung), так и торговые площадки посредников (AliExpress, Ebay), а к некоммерческим - благотворительность (Planeta), платформы для обмена (Gilgamesh), платформы бесплатных услуг (Couchsurfing), учебные и информационные платформы (Wikipedia).

Наибольшая активность платформ фиксируется в Северной Америке, Европе, Азии, Африке, Латинской Америке и связывается с деятельностью таких широко компаний, как Amazon, Apple, Google and Alibaba. Однако наряду с крупными компаниями развиваются и меньшие по размерам бизнес-платформы из других частей мира, такие как Rakuten (Япония), Delivery Hero (Германия), Naspers (Южная Африка), Flipkart (Индия) or Javago (Нигерия).

Указанные компании-платформы представляют в общей сложности 22 страны. При этом наибольшее количество платформ зафиксировано в Китае, США, Великобритании и Индии.

Платформенный бизнес является концентрированным до масштабов отдельных регионов или кластеров: в США это район залива Сан-Франциско (44 платформы), Китае - Пекин (30) и Шанхай (15).

Уместно отметить, что на США и Китай приходится 75% всех патентов, связанных с блокчейн-технологиями, 50% мировых расходов на интернет-продукты, почти 70% открытых технологий облачных вычислений. Показательно, что на долю этих стран приходится 90% рыночной капитализации 70 крупнейших цифровых платформ мира при доле Европы в 4%, Африки и Латинской Америки - 1% [1].

В целом, на сегодня большинство исследований, в частности Эванс Р. С. и Гавер А. выделяют как положительное, так и возможное негативное влияние цифрового платформенного бизнеса в глобальную экономику [2]. Отмечается, что безусловным положительным экономическим эффектом распространения платформенной бизнес-модели является влияние на динамику роста производительности, достигаемое тремя основными путями: применением в рамках платформенного бизнеса способа эффективного использования активов соответственно принципам модульности, комбинаторности и возможностей повторного использования; реализации требований персонального соответствия, широкого разнообразия и мгновенного взаимодействия; систематическим производством инноваций и организации вокруг платформенной модели специфической среды, благоприятной к дальнейшим инновациям.

В соответствии с задачами эффективного продуцирования инноваций в этой среде формируется инновационная инфраструктура, инновационные сервисы, возникают все новые точки вероятной связи между пользователями платформы. Уже для второй волны пользователей это будут платформенные инновации с агрегированным персональным соответствием и мультипликативным использованием активов. С каждой инновационной волной пользователей, глобальный положительный эффект будет расти, а научно-технологический прогресс будет способствовать непрерывности прогресса, формированию новых поколений платформ.

Таким образом, платформы являются перспективным направлением в мировой экономике, которое первоначально представляла собой объект. Однако, по мере развития цифровых и электронных технологий платформы трансформировались в обеспечивающий сочетаемость элементов тип архитектур [3].

Экосистема, в свою очередь, формируется из совокупности отдельных платформ, на которых потребителю предоставляются какие-либо продукты. Такая экосистема зачастую включает и офлайн-сервисы для клиентов через офисную сеть. Наиболее крупные экосистемы формируют обширную линейку сервисов по удовлетворению многих потребностей клиентов. Экосистемы также могут выстраиваться вокруг какой-то одной или ряда базовых потребностей. К примеру, экосистема недвижимости содержит кроме услуг по поиску и покупке квартиры дополнительные элементы, начиная ипотекой и заканчивая сервисом ремонта, дизайна и даже клининга.



Рисунок 1 - Модель экосистемы платформенной экономики

Важной особенностью экосистемы выступает единый «профиль клиента», т. е. сведения относительно его приобретений в экосистеме и последующее использование таких данных с целью адресного предложения потребителю товаров. В РФ, впрочем, как и в других странах, еще не сформированы окончательные организационные формы – зачастую такие компании стоят на различных этапах обустройства цепочек добавленной стоимости в рамках собственных бизнес-моделей. Финансовый результат таких групп весьма различна – от весьма

прибыльных -Alphabet (США), Сбер (РФ) до средних размеров. Некоторые компании, впервые применившие платформенные бизнес-модели (Uber), вообще не имели существенного финансового показателя, что, тем не менее, не препятствовало увеличению стоимости акций.

Список литературы

1. Доклад о цифровой экономике 2019 Создание стоимости получение выгоды: последствия для развивающихся стран / Обзор ООН. 2019. UNCTAD. 16 с. URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_overview_ru.pdf.
2. Evans Г. С., Gawer А. The Rise of the Platform Enterprise: A Global Survey, The Center for Global Enterprise. 2016. URL: https://www.bearing-point.com/files/Global_Platform_Survey_Jan_2016.pdf&download=0&itemId=289645
3. Паньшин, Б. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития / Наука и инновации. – 2016. Т. 3, № 157. – С. 17–20.

УДК 330

КИБЕРПРЕСТУПНОСТЬ КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ: ОЦЕНКА И МЕРЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ

Огарков Михаил Валерьевич

студент

Научный руководитель: Азаренко Наталья Юрьевна

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Брянский инженерно-технологический университет», г. Брянск

***Аннотация.** В статье изучен отечественный и зарубежный опыт борьбы с киберпреступлениями, а также подмечена важность обеспечения кибербезопасности не только на экономическом уровне, но и на уровне общей безопасности населения и государства.*

The article studied domestic and foreign experience in combating cybercrime and also noted the importance of ensuring cybersecurity not only at the economic level but also at the level of general security of the population and the state.

***Ключевые слова:** Кибербезопасность, киберпреступность, экономическая безопасность, кибератаки.*

***Keywords:** Cybersecurity, cybercrime, economic security, cyberattacks.*

В настоящее время технологии развиваются непрерывно, а также быстрыми темпами. Появление компьютерных сетей, которое связало компьютеры во всем мире, развитие коммуникационных, информационных технологий позволяет ставить кибербезопасность одной из ключевых составляющих экономической безопасности государства [1, с. 2].

В настоящее время выделяют следующие основные виды киберпреступлений, во-первых, совершенные в экономическом секторе, во-вторых, политический вид киберпреступлений, в-третьих, идеологические киберпреступления.

Наиболее часто встречаемым видом преступлений являются киберпреступления, совершенные в экономическом секторе, так как они за собой подразумевают экономическую выгоду и получение дохода. Например, к киберпреступлению экономического характера следует относить похищение личной конфиденциальной информации и данных, а также незаконный перевод денежных средств, то есть воровство.

Киберпреступления носят высокий уровень скрытности, так как это обеспечено сетевым пространством, невозможностью отследить домен преступника, его местоположение. Киберпреступления имеют частую смену способов совершения. Киберпреступления совершаются подготовленными нарушителями, которые имеют возможность их совершения в автоматизированном режиме в одно время совершать несколько преступлений в разных местах [1, с. 3].

Для обеспечения кибербезопасности необходимо формировать методы и способы, которые носят системный характер, а также включают повышение уровня осведомленности граждан в вопросах киберпреступности и безопасности, формирование структур, деятельность которых будет направлена на анализ и мониторинг угроз со стороны киберпространства, сотрудничество на международном уровне и пр. [2, с. 169].

Кибербезопасность в настоящее время является одной из приоритетных целей не только в экономической безопасности, но также и в общей безопасности государства и его населения. По итогу 2020 года Российская Федерация заняла 5-е место в Global Cybersecurity Index, GCI или Глобальный индекс кибербезопасности. Общая сумма баллов, которую набрала РФ в рейтинге составила 98,06 балла. В рейтинге принимало участие 193 государства. Россия заняла 5-е место разделив его с ОАЭ и Малайзией. Так, например, Германия заняла 13-е место, Китай – 33-е место [3].

На киберпреступность в значительной степени повлиял переход сотрудников компаний на удаленный метод работы. Вся деятельность компаний перешла в электронный режим, что открыло возможности для совершения киберпреступлений. В следствие пандемии рост количества киберпреступлений в 2021 г. по

отношению к 2020 году увеличился в 1,5 раза. За 2020 год генпрокуратурой РФ было раскрыто лишь около 25% всех совершенных киберпреступлений.

В 2020 году в РФ было совершено 17% киберпреступлений в финансовом онлайн-мошенничестве, затем 25% киберпреступлений было совершено с банковскими картами, 35% структуры киберпреступлений преступлений приходилось на спам и контрафакт, 12% пришлось на услуги другим киберпреступникам, 11% структуры составили другие мошеннические операции [4].

Следует сказать, что за 11 месяцев 2021 года совершено 494 тысячи киберпреступлений в РФ, что на 7% больше аналогичного показателя 2020 года [5].

Министерство внутренних дел РФ опубликовало информацию о том, что темп роста кибератак и киберпреступлений замедлился. Так за 7 месяцев 2021 года рост составил 8,1%, против 20,3%, которые сложились за январь-июнь 2021 года [4].

Нормативное и правовое регулирование кибербезопасности включает в себя ряд нормативно-правовых актов касательно государственной политики в области обеспечения кибербезопасности Российской Федерации [6, с. 67].

Следует также сказать, что нормативно-правовую базу Российской Федерации по вопросам кибербезопасности в системе экономической безопасности государства составляют: Конституция РФ, международные договоры РФ о сотрудничестве в области обеспечения международной информационной безопасности, Стратегии национальной безопасности РФ, Доктрины информационной безопасности РФ, Концепции внешней политики РФ и другие компоненты стратегического планирования [7, р. 1].

Современные тенденции в киберпреступности показывают, что кибербезопасности следует занимать лидирующие места в процессе обеспечения безопасности государства и общества [8, с. 15].

Необходимо сказать, что политическое, а также военное руководство Соединенных Штатов Америки приводит кибербезопасность в качестве наиболее важного фактора в национальной безопасности США. По мнению Пентагона, киберпространство в настоящее время является своеобразным «полем боя».

Кибератаки в США приравниваются к военным действиям.

На кибератаки в США есть право применения всех средств обороны страны, не исключено также и применение ядерного оружия.

Необходимо отметить, что в последнее время увеличивается опасность явления – кибертерроризм, который характеризуется масштабными последствиями в энергетическом секторе, имущественного ущерба в больших размерах, гибели людей, которые носят цель – нарушение общественного порядка в стране [9, с. 62].

В настоящее время порядка 140 стран во всем мире разработало и утвердило национальные Доктрины, Стратегии, Концепции в области обеспечения национальной кибербезопасности [9, с. 63].

Большинство стран разрабатывает кибер оружие, программное обеспечение по опережению атак в киберпространстве. Данными направлениями занимаются в 120 странах мира. Необходимо отметить, что ядерное оружие разрабатывается и имеется лишь у 20 стран во всем мире. Разработка кибероружия отличается существенно низкими затратами и себестоимостью [9, с. 64].

В настоящее время получило большое распространение моделирование кибератак. Данное направление является в значительной степени перспективным в силу того, что участники киберучений моделируют возможные процессы и варианты развития кибератак.

Так на полигоне The Standoff участники киберучений получают доступ к реальным оборудованию и ПО, которые используются в промышленных компаниях, и могут проверить возможность реализации различных киберрисков [2].

Подводя итог проделанной работы следует сказать, что непрерывное развитие и внедрение инновационных, а также цифровых технологий в повседневную жизнь общества, в экономику, финансовый сектор, науку, производство несет за собой ряд последствий.

Кибербезопасность в настоящее время является одним из главных условий в работе не только организаций и производственных предприятий, но и на уровне государства. Киберпреступность наносит значительный ущерб как отдельно

взятым гражданам, так и экономикам целых стран.

Список литературы

1. Басирова, Д.Б. Киберпреступность как угроза экономической безопасности // Д.Б. Басирова, В.Р. Даутова, Г.В. Ильясова /. – Научно-практический электронный журнал Аллея Науки. - №3 (42). – 2020 г. – 7 с.

2. Жадан, И.Э., Мамаева, Л.Н. Киберпреступность как угроза международной безопасности. - Материалы X Международной научно- практической конференции, СГНИУ имени Н.Г. Чернышевского. 2019. 235 с. – С. 166-169.

3. Россия заняла пятое место в рейтинге кибербезопасности Международного союза электросвязи // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/obschestvo/11780171> – Дата доступа: 15.02.2022 г.

4. Число киберпреступлений в России // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php> – Дата доступа: 15.02.2022 г.

5. В 2021 году количество киберпреступлений в России увеличилось на 1,4% // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cisoclub.ru/v-2021-godu-kolichestvo-kiberprestuplenij-v-rossii-uvlechilos-na-14/> – Дата доступа: 15.02.2022 г.

6. Цирлов, В. Л. Правовые основы кибербезопасности РФ. – Молодой ученый. – 2017 г. – С. 66-68.

7. Указ Президента РФ «Об утверждении Основ государственной политики Российской Федерации в области международной информационной безопасности» № 213 от 12. 04.2021 г. – 12 с. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.kremlin.ru/media/events/files/ru/RR5NtCWkkZPTuc5TrdHURpA4vpN5UTwM.pdf> – Дата доступа: 15.02.2022 г.

8. Смирнов И., Якупов В. Противоборство в киберпространстве: направления развития сил и средств. Зарубежное военное обозрение, №3, 2018 г., С.13-18.

9. Добродеев, А.Ю. Кибербезопасность в Российской Федерации. Модный термин или приоритетное технологическое направление обеспечения национальной и международной безопасности XIX века. – Вопросы кибербезопасности. - №4 (44). – 2021 г. – С. 61-72.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 338

РОЛЬ ЛИДЕРОВ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРОВ

Акулова Анастасия Андреевна

студент

Научный руководитель: Колобова Евгения Юрьевна,

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт кино
и телевидения», город Санкт-Петербург

***Аннотация.** В статье выявляются роли лидеров общественного мнения. Автор дает обширное исследование определения данного явления и трудности при коллаборации лидеров мнения с рекламными сообщениями.*

The article reveals the roles of public opinion leaders. The author gives an extensive study of the definition of this phenomenon and the difficulties in the collaboration of opinion leaders with advertising messages.

Ключевые слова: лидер мнения, бренд, общественное мнение, реклама

Keywords: opinion leader, brand, public opinion, advertising

В первые десятилетия XX в. возникла «теория черт», которая основывалась на предположении о том, что у некоторых людей есть склонности быть прирождёнными лидерами ввиду ряда качеств. «Лидерство – удел избранных» [1]. Представитель направления лидерства как продукта ситуации, Кекиль Джибб писал о том, что «лидерство – это функция личности и социальной ситуации и их обеих во взаимодействии». Рассматривая первое определение лидеров общественного мнения, видно, что лидеры общественного мнения выполняют функцию посредника между общественностью и каким-либо другим актором, поскольку общественность обращается к лидерам общественного мнения за

консультацией, получением совета, руководствуясь симпатией к ним [2, с.21-22.].

Что касается второго определения лидеров общественного мнения, то здесь можно вспомнить основателя компании «Амазон» Джеффа Безоса, который смог посредством своего авторитета и репутации создать позитивный образ компании на рынке, благодаря работе с общественностью, прививая в данном случае, что интернет-торговля – есть благо, которое безопасно и всегда находится на стороне клиента, предоставляя все различные гарантии.

На основании выше разобранных терминологий, лидерство общественного мнения — это степень, в которой индивид может влиять на отношение или поведение других людей, чтобы побудить их к определенным действиям. Лидер мнений влияет на действия или отношение других людей, которые ищут экспертное мнение.

Благодаря привлечению целевой аудитории, вокруг лидера общественного мнения создается информационное пространство. Лидер общественного мнения может создавать в сети интернет свою платформу для привлечения внимания аудитории и рекламодателей. Также может влиять на свою аудиторию выступая на телевидении, радио и различных мероприятиях. Лидер общественного мнения всегда активен и востребован публикой, имеет свою лояльную аудиторию, которой полезен и интересно его личное мнение. Данная информация нам дает понять, что рекламодателям это интересно и они активно влияют на аудиторию лидеров общественного мнения, внедряя свой бренд.

Согласно результатам исследования, проведенного компанией Nielson, 92% пользователей больше доверяет рекламе, которым делятся лидеры общественного мнения, чем сообщениям от самого бренда. Социальное доказательство сильно влияет на людей. Таким образом, коммерческая деятельность компании позволяет не только укрепить отношения с лояльными клиентами, но и значительно расширить аудиторию бренда.

Лидеры общественного мнения начинают играть всё большую роль в рекламе и связях с общественностью. Ввиду роста информатизации общества и

усиления конкуренции, а также активных процессов глобализации, трансформацию претерпевают и маркетинговые коммуникации, в частности повышается значение digital- маркетинга, а маркетинг влияния (influencer marketing) становится новым инструментом обращения к целевой аудитории. В соответствии с исследованиями, которые были проведены аналитической компанией Nielsen, ТВ-аудитория ежегодно сокращается на 9,5% в категории 18–24 года, в то время как число пользователей Facebook уже превысило отметку в 1,5 млрд. В 2018 г. у более чем 60% пользователей был установлен Adblock – расширение для браузера, которое позволяет осуществить блокировку рекламы [10].

Согласно оценкам маркетингового партнёра Facebook и Snapchat, Aitarget university, в последнее время отмечается быстрый рост и развитие маркетинга влияния, и использование лидеров общественного мнения. Так с 2016 по 2018 гг. число оплаченных рекламных постов лидеров мнений выросло более чем в два раза (с 9,7 до 21,7 млн), а в 2019 г. будет наблюдаться рост до 32 млн сообщений [3].

Американский психолог Р. Мертон выделяет мономорфных и полиморфных лидеров ОМ. Мономорфные оказывают влияние на людей только в одной сфере (например, спорт-блогеры, бьюти-блогеры, трэвел-блогеры), то есть они играют определённую роль в жизни людей в конкретной области. Полиморфные же лидеры ОМ распространяют своё влияние на разные сферы жизни, они могут быть экспертами в сфере культуры, политики, экономики и пр.

В зависимости от интенсивности общения лидеров общественного мнения и собеседников выделяют: обычных лидеров, то есть общительных, которые способны влиять на людей из близкого круга; мега-лидеров; лидеров мнений; социальных лидеров.

Условно также существует деление лидеров мнений по трём группам [1]: селебрити; макроинфлюенсеры (отраслевые лидеры мнений, известные в более узкой области, недели селебрити); микроинфлюенсеры (люди или же площадки с числом подписчиков от 5 до 100 тыс.).

Личность бренда и восприятие бренда являются важными переменными

для формирования лояльности и предпочтений бренда, поскольку они связаны с тем, как потребители оценивают и воспринимают бренд. «Личность бренда важна для формирования лояльности к бренду и формирования благоприятного отношения к бренду и увеличения собственного капитала бренда», как пишут литовские социологи Е. Сеймионе и Е. Камараускайте в своей работе «Effect of Brand Elements on Brand Personality Perception» [4]. В то время как специалист в области бренд-менеджмента Д. Аакер утверждает, что личность бренда, «относится к набору человеческих характеристик, связанных с брендом» [5]. Личность бренда позволяет потребителю выразить свое идеальное «Я» посредством бренда. Личность бренда также может быть использована для дифференциации себя в категории продукта, как пишет специалист в области формирования бренда В. Халлидей в своей работе «Brand Awareness» 1996 г., а также для продвижения бренда в разных культурах. Поскольку личность бренда – это набор человеческих характеристик, потребители легко воспринимают бренды как знаменитостей или известных исторических личностей, поскольку потребители соотносят личность бренда со своей собственной личностью по Фурнье. Исследования в западной литературе также показали, что чем больше сходство человеческих характеристик между потребителем и брендом, тем больше предпочтение бренда.

Более того, французский специалист в области брендинга Ж. Н. Капфер утверждает, что бренд — это «набор добавленных восприятий, где влиятельные люди имеют значительную власть над восприятием брендов, и это связано с расширением социальных сетей, через которые влиятельные люди общаются». Напротив, они также утверждают, что «право собственности на бренд и репутация брендов всегда принадлежали клиенту». Ключ к влиянию на восприятие бренда в социальных сетях лежит в его взаимоотношениях.

Для того, чтобы бренд процветал в эту нынешнюю эпоху, где социальные медиа являются ключевой частью в повседневной жизни, она должна адаптироваться. Социальные медиа — это платформа, где мнения и опыт делятся с различными точками зрения, «он должен вплетать сообщества в свой продукт и

услуги, использовать сотрудников и других партнеров в качестве маркетологов и стать единым целым с лояльными бренду людьми».

Сегодня даже нерекламный пост популярного лидера общественного мнения или звезды может вызывать негативную реакцию и подозрения в том, что этот пост проплачен рекламодателем. Люди стали понимать, откуда у лидеров общественного мнения деньги, хотя они нигде не работают. Пришло понимание того, что лидерство – это не просто развлечение, хобби или желание поделиться моментами жизни, а самая настоящая работа, например, как у редактора или журналиста. Даже если основная профессия не связана с блогами, их ведение, генерация контента, публикации с определённой периодичностью, — всё это занимает много времени и сил.

Список литературы

1. Костоглодов Д. Д., Иванченко О. В., Перепелица А. О. Influence -маркетинг как актуальный способ продвижения брендов / Логистика vs Covid-19: последствия, риски, новые возможности роста. – 2020.
2. Лазуткина Е. В. Лидеры мнений в информационном пространстве блогосферы Рунета / Вестник Новосибирского государственного университета. – 2016. – Т. 15. – № 6.
3. Управление общественным мнением: [учеб. пособие] / В. А. Франц; М-во образования и науки РФ, Урал федер. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135.
4. Eleonora Seimiene, Effect of Brand Elements on Brand Personality Perception, p.25.URL: https://www.researchgate.net/publication/275544927_Effect_of_Brand_Elements_on_Brand_Personality_Perception.
5. James B. Faircloth, Louis M. Capella and Bruce L. Alford, The Effect of Brand Attitude and Brand Image on Brand Equity, p.52-61. URL: <https://www.jstor.org/stable/40470049?seq=1>

ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 343

ОТКАЗ В ВОЗБУЖДЕНИИ УГОЛОВНОГО ДЕЛА КАК ИНСТИТУТ УГОЛОВНО-ПРОЦЕССУАЛЬНОГО ПРАВА

Гапшенко Кристина Владимировна

студент

Московского финансово-промышленного университета «Синергия»

***Аннотация.** В статье проведен анализ сущности отказа в возбуждении уголовного дела. Обосновано, что отказ в возбуждении уголовного дела необходимо рассматривать как процессуальное решение, препятствующее возникновению уголовного процесса на первичной стадии по определенному факту или в отношении конкретного лица.*

The article analyzes the essence of the refusal to initiate a criminal case. It is substantiated that the refusal to initiate a criminal case should be considered as a procedural decision that prevents the emergence of a criminal process at the primary stage on a certain fact or in relation to a specific person.

Ключевые слова: отказ, возбуждение дела, уголовный процесс

Keywords: refusal, initiation of a case, criminal procedure

Законность практики рассмотрения заявлений и сообщений об уголовных правонарушениях напрямую связана с правильностью процессуального решения об отказе в начале предварительного расследования, принимаемого при наличии специфического, присущего только ему основания. Отказ в возбуждении уголовного дела - одно из возможных процессуальных решений, завершающих первоначальную стадию процесса, на которой разрешаются сообщения о преступлениях. Поэтому правовая природа отказа в возбуждении уголовного дела обусловлена содержанием указанной стадии, ее местом в российском уголовном процессе.

Анализ теоретической уголовно-процессуальной литературы позволяет сделать вывод о том, что исследованию решения об отказе в возбуждении уголовного дела и проблем, возникающих в связи с его принятием, уделяется значительно меньше внимания, чем решению о возбуждении уголовного дела. Необходимо отметить, что процессуальная деятельность, связанная с принятием компетентными органами государства решений об отказе в возбуждении уголовного дела, только на первый взгляд кажется простой, не вызывающей затруднений. Количество постановлений об отказе в возбуждении дела, которые отменяются ежегодно судами, свидетельствует об обратном. Например, в Республике Крым, из рассмотренных органами внутренних дел 94711 заявлений о преступлениях по 46145 приняты решения об отказе в возбуждении уголовного дела, что составляет 47,8% от всех рассмотренных заявлений и сообщений. Из 46145 решений об отказе в возбуждении уголовного дела органами прокуратуры и руководителями следственных подразделений отменено и возвращено для проведения дополнительной проверки 31975 материалов, их удельный вес составил 69,3% [3].

Возбуждение уголовного дела – исходный, первичный акт уголовного преследования лица, совершившего преступление, независимо от того, установлено ли лицо, совершившее преступление. Отказ в возбуждении дела – это отрицательное решение. Отказывая в возбуждении уголовного дела, соответствующий орган или должностное лицо отказываются от начала уголовного преследования. Последнее может иметь место только в случае, когда лицо, ведущее процесс, приходит к убеждению, что уголовно-правовые отношения между гражданином и государством не могут возникнуть.

Решение об отказе в начале предварительного расследования, как конечный акт исследовательского процесса, определяет временные рамки последнего, поскольку с его принятием в реальном производстве по заявлениям и сообщениям об уголовных правонарушениях исследовательский процесс завершает свое течение. Однако для характеристики его сущности более важно то, что в отличие от начала расследования, отказ прекращает динамику

процессуального познания. Отсюда следует вывод: если начало предварительного расследования предполагает, что установление обстоятельств будет продолжено, то отказ в этом исключает дальнейшее установление обстоятельств по делу.

Институт отказа в возбуждении уголовного дела структурно связан с другими отраслями права, поскольку положения УПК РФ, регламентирующие порядок отказа в возбуждении уголовного дела, взаимообусловлены и взаимосвязаны с отдельными положениями некоторых иных законодательных актов. Прежде всего, просматривается органичная связь с материальным уголовным правом. Так, в ст. 8, 14, 15, 16, 20 УК РФ содержатся предписания о составе преступления, которые обуславливают принимаемое решение при рассмотрении сообщений о преступлениях. Статьи 78, 94 УК РФ определяют отказ в возбуждении уголовного дела, если истекли сроки давности привлечения к уголовной ответственности. Наряду с этим в уголовном законе предусмотрены обстоятельства, исключающие производство по уголовному делу, которых нет в уголовно-процессуальном законодательстве. Это ст. 12 УК РФ, устанавливающая экстерриториальность, что препятствует возбуждению уголовного дела. Статьи 61, 75, 83, 222, 228 и др. УК РФ определяют явку с повинной при совершении ограниченного круга преступлений так же как обстоятельство, исключающее производство по уголовному делу [2, с. 133].

Согласно ч. 1 ст. 148 УПК при отсутствии основания для возбуждения уголовного дела следователь или дознаватель выносит постановление об отказе в возбуждении уголовного дела [1]. Под основаниями отказа в возбуждении уголовного дела понимают фактические данные, полученные в ходе проверки, которые в силу закона исключают дальнейшее производство по заявлению (сообщению) о совершенном либо готовящемся преступлении, иногда их именуют обстоятельствами, исключающими «производство по уголовному делу» или «обстоятельствами, исключающими движение уголовного дела».

Таким образом, основания решений о начале предварительного

расследования и об отказе в нем находятся в соотношении конкуренции в том смысле, что, во-первых, их наличие может быть установлено по одному и тому же заявлению или сообщению о преступлении, во-вторых, в таком случае характер решения определяет основание до начала предварительного расследования (доминирующее основание решения). С гносеологической точки зрения оба основания находятся на разных уровнях знаний об искомых фактах, поэтому наличие одного из них не может определяться, исходя из отсутствия другого. С этой точки зрения следует признать, что предварительное расследование не начинается только в том случае, когда достоверно установлено, что отсутствуют обстоятельства, свидетельствующие об уголовном правонарушении.

Основания для отказа в возбуждении уголовного дела можно разделить на материально-правовые и процессуальные. Если первые исключают само основание уголовной ответственности, преступность деяния или его наказуемость (отсутствие события преступления, отсутствие в деянии состава преступления, истечение сроков давности, смерть лица), то вторые не исключают факта преступления и наказания за содеянное, но в силу требования процессуального закона устраняют возможность возбуждения уголовного дела и производства расследования.

Наличие основания для отказа в возбуждении уголовного дела должно быть установлено достоверно. В связи с этим данные, полученные в ходе проверки сообщений о преступлении, не позволяющие с достоверностью решить вопрос о наличии основания для отказа в возбуждении уголовного дела, не должны препятствовать возбуждению уголовного дела и производству предварительного расследования.

Решение об отказе в начале досудебного расследования может быть принято только тогда, когда к моменту его принятия установлена совокупность данных, позволяющая сделать достоверный вывод о наличии одного из обстоятельств, исключающих производство. Из этого следует правильность вывода о том, что данные, полученные под время проверки заявлений и

сообщений об уголовном правонарушении, не позволяющие с достоверностью решить вопрос о наличии основания для отказа в возбуждении уголовного дела, не должны препятствовать возбуждению дела [4, с. 15].

Резюмируя сказанное, подчеркнем, что институт отказа в возбуждении уголовного дела является неотъемлемой частью правовых норм, регламентирующих первоначальную стадию уголовного судопроизводства. Он органически связан с действующими на этой стадии другими процессуальными институтами. Обстоятельства, на основании которых принимается решение об отказе в возбуждении уголовного дела, должны быть установлены достоверно, а содержание знания о них должно отражать истину, установленную в исследовательском уголовном процессе. Когда возникают сомнения в правильности этого решения и возможности другого решения, то необходимо сделать вывод о том, что истина по данному материалу еще не установлена.

Список литературы

1. «Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации» от 18.12.2001 № 174-ФЗ (ред. От 30.12.2021) / http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34481/.

2. Багаудинов Б. Б. Институт отказа в возбуждении уголовного дела - проблемы правоприменительной практики / Вестник Саратовской государственной академии права. - 2007. - № 2. - С. 133.

3. Комплексный анализ состояния преступности на территории обслуживания и результатов оперативно-служебной деятельности министерства внутренних дел по Республике Крым за январь-декабрь 2020 года / МВД по Республике Крым.

4. Тетерин Б. С. Возбуждение и расследование уголовных дел / Б. С. Тетерин, Е. З. Трошкин. – М.: Новый юрист, 1997. – 224 с.

УДК 343.9

СОСТОЯНИЕ НАСИЛЬСТВЕННОЙ ПРЕСТУПНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Карпусь Александр Александрович

слушатель

Научный руководитель: Игнатов Александр Николаевич,

д.ю.н., профессор

Крымский филиал Краснодарского университета МВД России,

город Симферополь

***Аннотация.** На основании анализа статистических данных дана оценка состояния насильственной преступности в Республике Крым. Установлено, что характер насильственной преступности в Республике Крым определяется значительным преобладанием менее тяжких форм насилия и угроз его применения, а уровень насильственных преступлений в регионе имеет стабильную тенденцию к снижению.*

Based on the analysis of statistical data, an assessment of the state of violent crime in the Republic of Crimea is given. It has been established that the nature of violent crime in the Republic of Crimea is determined by a significant predominance of less serious forms of violence and threats of its use, and the level of violent crime in the region has a stable downward trend.

***Ключевые слова:** насильственная преступность, состояние, уровень, динамика, Республика Крым*

***Keywords:** violent crime, state, level, dynamics, Republic of Crimea*

Криминологическое исследование количественно-качественных характеристик состояния преступности, закономерностей ее существования и развития, прежде всего, показателей уровня и состояния насильственной преступности, позволяет судить об эффективности криминологической

политики государства, деятельности по реализации мер и средств противодействия преступности и с учетом полученных знаний принимать необходимые рациональные управленческие решения [1].

Согласно статистическим данным [2], за 2017–2021 годы в Крыму наблюдалось стабильное снижение числа зарегистрированных преступлений насильственного характера, в том числе такого тяжкого преступления, как убийство. По состоянию на 2021 год относительно 2017 года уровень регистрируемых в Республике Крым убийств снизился на 36,5%. Кроме того, отмечается положительная динамика увеличения процентного соотношения раскрываемости данного вида преступления, которое за последние пять лет увеличилось на 14,1 % и составляет на данный момент 97% от числа всех зарегистрированных преступлений по ст. 105–107 УК РФ в Республике Крым.

Преступлением насильственного характера, которое достаточно распространено на полуострове (15% от числа всех насильственных преступлений), является причинение умышленного тяжкого вреда здоровью, предусмотренное ст. 111 УК РФ. По состоянию на 2021 год относительно 2017 года уровень регистрируемых в Республике Крым случаев причинения умышленного тяжкого вреда здоровью снизился на 36,3%. Изучив данные, стоит отметить, что наибольший спад преступности по отношению к предыдущему году по данной статье отмечен в 2019 году (-20%), Уровень раскрываемости случаев причинения умышленного тяжкого вреда здоровью постоянно повышается и в 2021 году составил 99,4%. Правоохранительными органами в 2019 и 2021 годах было раскрыто преступлений по ст. 111 УК РФ больше, чем было зарегистрировано, а именно на 14 и 15 преступлений соответственно.

Нельзя обойти вниманием особо квалифицированный состав рассматриваемого преступления, который предусмотрен ч. 4 ст. 111 УК РФ. Динамика зарегистрированных случаев причинения умышленного тяжкого вреда здоровью, повлекших смерть не так стабильно, как динамика в целом по всем частям рассматриваемой статьи. Однако в целом, по состоянию на 2021 год относительно 2017 года уровень регистрируемых в Республике Крым случаев

причинения умышленного тяжкого вреда здоровью, повлекших смерть снизился на 51,4%.

Согласно статистическим данным, в 2020 году произошел всплеск наступления смертей в результате тяжких телесных повреждений, число которых было зарегистрировано на 6,82% больше, чем за аналогичный период 2019 года. Несмотря на количественное увеличение такого рода преступлений в 2019 году, вместе с этим и увеличился процент раскрытых преступлений и составлял 95% на тот промежуток времени. На данный момент отмечается качественный всплеск раскрываемости, который на 2021 год составил 100%. Помимо раскрытия всех зарегистрированных преступлений, органы правопорядка раскрыли еще и пять преступлений, предусмотренных ч. 4 ст. 111 УК РФ прошлых лет. В целом раскрываемость причинения умышленного тяжкого вреда здоровью, повлекшего смерть постоянно повышается и в 2021 году составила 100%.

Нестабильным снижением количественных показателей отличается и динамика умышленного причинения вреда здоровью средней тяжести, ответственность за которое предусмотрено ст. 112 УК РФ. В 2019 и 2020 годах отмечен рост количества зарегистрированных преступлений рассматриваемого вида по отношению к предыдущему году на 9,76% и 20,32% соответственно. По состоянию на 2021 год относительно 2017 года уровень регистрируемых в Республике Крым случаев причинения вреда здоровью средней тяжести снизился на 21%. Помимо увеличения количества совершенных преступлений за 2019 и 2020 года, качественно снизилось и раскрытие случаев причинения вреда здоровью средней тяжести на 16,7% и 16,5% по сравнению с 2017 годом. В настоящее время в Крыму отмечается изменение процентного соотношения раскрываемости причинения вреда здоровью средней тяжести, который в 2021 году впервые превысил уровень, зафиксированный еще пять лет назад, и составил 84,4%.

Относительно такого преступления, как причинение легкого вреда здоровью, на 2021 год имеет место увеличение частоты совершения

преступлений, предусмотренных ст. 115 УК РФ. По состоянию на 2021 год относительно 2017 года уровень регистрируемых в Республике Крым случаев причинения легкого вреда здоровью увеличился на 39,8%. При этом в отличие от причинения вреда здоровью средней тяжести, повышение показателей произошло не только в 2019 и 2020 году, но и в каждом последующем за 2017 годом. Несмотря на это, процент раскрываемости причинения легкого вреда здоровью за последние пять лет значительно увеличился с 70,4% в 2017 году до 91,6 % в 2021 году, что говорит о повышении внимания правоохранителей к данному сегменту насильственной преступности.

Что касается такого преступления, как изнасилование (ответственность за которое предусмотрено ст. 131 УК РФ), то за последние пять лет имеет место нестабильная динамика его уровня – повышение их в одном году и снижение в следующем (2018 и 2019; 2020 и 2021). По состоянию на 2021 год относительно 2017 года уровень регистрируемых в Республике Крым изнасилований снизился на 65,6%. Изнасилование является самым раскрываемым насильственным преступлением в регионе. Однако, несмотря на уменьшения зарегистрированных преступлений, которые в течение трех лет все были раскрыты со 100% успехом, на 2021 отмечается наименьший коэффициент раскрытых преступлений – 85,7%, что по сравнению с 2017 годом меньше на 7,6 % меньше.

Несмотря на неоднозначную направленность динамики уровня раскрытия такого преступления, как побои, на 2021 год их число сократилось почти в три раза (на 63,3%) по сравнению с 2017 годом, а раскрываемость к этому году достигла 92,9%. Несмотря на относительно небольшое количество зарегистрированных преступлений, раскрываемость побоев по сравнению с другими, уже рассмотренными составами, остается на достаточно низком уровне. Особо ярко это наблюдалось в 2019 году, когда нераскрытыми остались практически две трети случаев нанесения побоев (63,2%).

Единственным видом насильственных преступлений, частота совершения которого за последние пять лет только увеличивается, остается угроза убийством или причинением тяжкого вреда здоровью. На протяжении пяти лет с каждым

годом совершается все больше преступлений, предусмотренных ст. 119 УК РФ, что вызывает беспокойство у органов правопорядка. Так, по состоянию на 2021 год относительно 2017 года уровень регистрируемых в Республике Крым угроз убийством или причинением тяжкого вреда здоровью стабильно рос и увеличился на 28,6%.

Несмотря на активное расследование данного вида преступления (в 2021 году уровень раскрываемости угроз убийством или причинением тяжкого вреда здоровью составил 98,9 %), в 2019 году произошел всплеск зарегистрированных фактов побоев, количество которых составляло на 18,51% больше по сравнению с аналогичным периодом 2018 года (таблица 1.16). Следовательно, необходимо уделять больше внимания профилактике и предотвращению данного преступления, чтобы снизить уровень его совершения, так как расследуется оно на достаточно высоком уровне.

Список литературы

1. Игнатов А. Н. О «статистических» проблемах исследования насильственной преступности / Современные проблемы теории и практики борьбы с преступностью: материалы III Всероссийской научно-практической конференции. СКФ ФГБОУВО «Российский государственный университет правосудия». 2018. С. 119–123.

2. Приказ Генпрокуратуры России от 02.07.2012 № 250 «Об утверждении форм федерального статистического наблюдения № 1-ЕГС, N 2-ЕГС, N 3-ЕГС, N 4-ЕГС» / Гарант: комп. справ. правовая система [Электронный ресурс]. - <http://www.garant.ru>.

УДК 343.9

ПОНЯТИЕ ПРЕСТУПЛЕНИЙ, СОВЕРШАЕМЫХ СОТРУДНИКАМИ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ В СФЕРЕ СЛУЖЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Левицкий Александр Анатольевич

слушатель

Научный руководитель: Игнатов Александр Николаевич,

д.ю.н., профессор

Крымский филиал Краснодарского университета МВД России,

город Симферополь

***Аннотация.** На основании анализа ключевых признаков (субъект преступления, способ совершения преступления, сфера осуществления преступной деятельности и пр.) дано понятие преступлений, совершаемых сотрудниками органов внутренних дел в сфере служебной деятельности.*

Based on the analysis of key features (the subject of the crime, the method of committing the crime, the scope of criminal activity, etc.), the concept of crimes committed by employees of the internal affairs bodies in the field of official activity is given.

***Ключевые слова:** органы внутренних дел, сотрудник, сфера служебной деятельности, преступление*

***Keywords:** internal affairs bodies, employee, sphere of official activity, crime*

Неукоснительное соблюдение прав и свобод человека и гражданина во всех областях деятельности общества является главной задачей любого государства. Для правоохранительных органов, основной задачей функционирования которых является обеспечение прав и законных интересов, противодействие преступности является основной функцией. К сожалению, как и во всех сферах деятельности, в правоохранительных органах имеют место определенные

недостатки и нарушения. Для развития правового государства и цивилизованного общества необходимо постоянное противодействие преступности, усовершенствование системы предотвращения совершения преступлений, своевременное выявление и устранение их причин и условий, а также обеспечение прав человека. Основным субъектом, на которого возложены данные функции, являются органы внутренних дел. Преступления, совершаемые сотрудниками ОВД, представляют существенную угрозу безопасности граждан и функционированию государства в целом. Преступления, совершаемые сотрудниками ОВД в сфере служебной деятельности, как составляющая преступности в сфере правоохранительной деятельности, подрывают доверие населения к органам государственной власти в целом и к системе охраны правопорядка в частности, обуславливают распространение и углубление антисоциальных установок, как в индивидуальном, так и в общественном сознании.

При рассмотрении понятия преступлений, совершаемых сотрудниками органов внутренних дел в сфере служебной деятельности, необходимо установить ключевые признаки, определяющие данное понятие. В качестве одного из таких признаков следует указать на принадлежность субъекта преступления к числу сотрудников органов внутренних дел.

Согласно Федерального закона от 30.11.2011 № 342-ФЗ «О службе в органах внутренних дел Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» службой в ОВД является «федеральная государственная служба, представляющая собой профессиональную служебную деятельность граждан Российской Федерации на должностях в ОВД Российской Федерации, а также на должностях, не являющихся должностями в ОВД, в случаях и на условиях, которые предусмотрены настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами и (или) нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации» (ч. 1 ст. 1) [1].

Соответственно, сотрудником ОВД является лицо, проходящее в соответствии с законодательством Российской Федерации службу на должности

сотрудника ОВД.

В соответствии с ч. 2 ст. 1 Федерального закона от 30.11.2011 № 342-ФЗ «О службе в органах внутренних дел Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», должностями в ОВД являются «должности, которые учреждаются в федеральном органе исполнительной власти, осуществляющем функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере внутренних дел (далее – федеральный орган исполнительной власти в сфере внутренних дел), его территориальных органах, подразделениях, организациях и службах» [1].

Следующим ключевым признаком, установление которого необходимо при рассмотрении понятия преступлений, совершаемых сотрудниками органов внутренних дел в сфере служебной деятельности, является определение сферы преступной деятельности – сферы служебной деятельности, т. е. сферы осуществления сотрудниками ОВД своей служебной деятельности.

По мнению А. И. Долговой, к социальным последствиям преступности в сфере служебной деятельности следует относить, в частности, укрепление анти-социальной ориентации, приобретение криминальных навыков, нарушение нормального функционирования определенной организации и создание условий для продолжения преступной деятельности [2, с. 446].

Преступность сотрудников ОВД в сфере служебной деятельности при негативных характеристиках ее состояния способна формировать угрозу национальной безопасности и детерминировать преступность, как общеуголовного, так и экстремистского характера.

В то же время, любое проявление преступности в сфере служебной деятельности, т. е. любое «служебное» преступление, так или иначе, обусловлено и непосредственно связано с возможностью использования публичных полномочий (служебного положения) вопреки интересам службы.

Несмотря на значительное внимание ученых, однозначного подхода к определению понятия «использование служебного положения» нет ни в

уголовно-правовой доктрине, ни в правоприменительную практику.

Полностью разделяем точку зрения ученых в том, что содержание понятия «использование служебного положения» относительно совершения сотрудниками ОВД преступлений в сфере служебной деятельности должно охватывать: «1) использование служебным лицом любых фактических возможностей, которые вытекают из полномочий, присущих ему в связи с занимаемой должностью, профессиональной либо трудовой деятельностью; 2) использование служебным лицом атрибутов служебного лица (служебное удостоверение, форменная одежда и т.п.); 3) использование служебным лицом специальных средств, огнестрельного оружия и т.п.; 4) использование служебным лицом соответствующих знаний, умений и навыков, а также информации, которыми служебное лицо владеет, в связи с выполнением им служебной деятельности (занимаемой должностью, профессиональной либо трудовой деятельностью)» [3].

При этом следует учитывать, что использование служебного положения должно осуществляться виновным лицом исключительно вопреки интересам службы, т. е. предполагает совершение должностным лицом деяний, нарушающих служебные обязанности и противоречащие интересам государственной службы, интересам конкретного предприятия, учреждения или организации.

Действующее уголовное законодательство РФ непосредственно к преступлениям в сфере служебной деятельности относит составы преступлений, предусмотренные главой 30 УК РФ. В то же время, с использованием служебного положения могут совершаться преступления, предусмотренные другими Разделами УК, такие, например, как преступления против правосудия, в сфере экономической деятельности, преступления против военной службы и т. д.

Сотрудники ОВД могут выступать субъектами широко спектра преступлений в сфере служебной деятельности, к которым, наряду с преступлениями против государственной власти, в силу специфики сферы внутренних дел, следует относить также соответствующие преступления против правосудия.

С учетом указанного под преступлениями, совершаемыми сотрудниками органов внутренних дел в сфере служебной деятельности, необходимо понимать совершение лицами, проходящими в соответствии с законодательством РФ службу на должности сотрудника органов внутренних дел, с использованием своего служебного положения (должностного положения, авторитета и влияния), преступлений против государственной власти и правосудия.

Список литературы

1. Федеральный закон от 30 ноября 2011 г. № 342-ФЗ «О службе в органах внутренних дел Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» / СЗ РФ. – 2011. – № 49 (Ч. 1). – Ст. 7020.
2. Криминология: учебник [для вузов] / под общ. ред. А. И. Долговой. 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во НОРМА, 2007. – 912 с.
3. Игнатов А. Н., Кашкаров А. А., Венедиктов А. А. К определению содержания и уголовно-правовой оценке понятия «использование служебного положения» / Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Юридические науки. – 2016. – Т. 2 (68). – № 1. – С. 87–93.

УДК 343

**ПРОФИЛАКТИКА НАРУШЕНИЯ ПРАВИЛ ДОРОЖНОГО
ДВИЖЕНИЯ И ЭКСПЛУАТАЦИИ ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ
КАК СОСТАВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОВД**

Немчинов Сергей Валерьевич

слушатель

Научный руководитель: Игнатов Александр Николаевич,

доктор юридических наук, профессор, профессор кафедры уголовного права
и криминологии

Крымский филиал Краснодарского университета МВД России,
г. Симферополь

***Аннотация.** На основании анализа имеющихся научных, научно-публицистических и нормативных источников выяснена сущность и содержание профилактики нарушения правил дорожного движения и эксплуатации транспортных средств.*

Based on the analysis of available scientific, scientific-journalistic and regulatory sources, the essence and content of the prevention of violations of traffic rules and the operation of vehicles have been clarified.

***Ключевые слова:** безопасность дорожного движения, профилактика, правонарушение, направление*

***Keywords:** safety of travelling motion, prophylaxis, offence, direction*

Противодействие правонарушениям является необходимым и объективным условием безопасного функционирования транспортной системы России, охраны и защиты прав участников дорожного движения, прав и интересов общества и государства от противоправных посягательств на объектах автомобильного транспорта. В то же время состояние дорожно-транспортного травматизма убеждает в том, что названная деятельность далека от оптимальной

до сих пор не выработаны концептуальные меры преодоления аварийности на дорогах страны.

В сфере безопасности дорожного движения большое значение имеет привлечение к уголовной ответственности водителей, которые совершили наиболее тяжкие правонарушения. «Преступные нарушения правил дорожного движения и эксплуатации настолько привлекают внимание общественности, что по результатам расследования требуют незамедлительной выработки эффективных средств и методов профилактики» [2, с. 68].

Профилактика является наиболее гуманным и действенным средством сокращения количества нарушений правовых норм, так как связана с такими мерами со стороны государства и общества, которые направлены не только на выявление и устранение причин и условий, способствующих правонарушениям, но и сдерживание человека от их совершения. В то же время, являясь сложной формой противодействия правонарушениям, профилактика может привести к желаемому результату только тогда, когда правильно организована и базируется на научных и теоретических основах [3, с. 230].

Термин «профилактика» является более действенным методом борьбы с правонарушениями, обеспечивая выявление и устранение (нейтрализацию) их истоков. В значительной степени это предупреждение самой возможности совершения правонарушений. В процессе профилактики криминогенные факторы могут подвергаться целенаправленному воздействию тогда, когда они еще не вступили в силу. Вместе с этим арсенал средств профилактики правонарушений позволяет прерывать противоправную деятельность, не допуская наступления вредных последствий посягательств. Профилактика позволяет решать задачи борьбы с правонарушениями наиболее гуманными способами, с наименьшими затратами для государства и общества.

В сфере дорожного движения и его безопасности профилактика составляет систему мер экономического, социального, культурного, воспитательного и правового характера, направленных на снижение уровня аварийности на автомобильных дорогах, минимизацию вредных последствий ДТП и повышение

гарантий безопасности дорожного движения. Цель профилактики (предупреждения) ДТП ученые видят в снижении уровня аварийности на автотранспорте, устранении ее причин, обеспечении безопасности дорожного движения [2, с. 68].

Среди многих субъектов профилактики правонарушений в сфере безопасности дорожного движения полиция занимает ведущее место, ведь профилактическая направленность является одной из особенностей ее административной деятельности. Последняя осуществляется соответствующими подразделениями с применением определенных средств, создающих надлежащие условия для развития нормальных отношений в сфере охраны общественного порядка и безопасности дорожного движения, строгого соблюдения законодательства, предупреждения его нарушений участниками дорожного движения. Успех этой работы достигается только при условии глубокого, всестороннего изучения состояния аварийности на территории обслуживания, причин и условий, способствующих совершению правонарушений в сфере безопасности дорожного движения, действенного, обоснованного расположения имеющихся сил и средств, высокого профессионализма и личного примера соблюдения законов, с одной стороны, а с другой – формирование законопослушного поведения граждан-участников дорожного движения.

В профилактической деятельности большое значение отводится пропаганде безопасности дорожного движения. Согласно Приказа МВД России от 29.12.2018 № 903 «Об утверждении Наставления по организации деятельности Государственной инспекции безопасности дорожного движения Министерства внутренних дел Российской Федерации по пропаганде безопасности дорожного движения» «пропаганда БДД представляет собой целенаправленную деятельность Госавтоинспекции по распространению знаний, касающихся вопросов обеспечения БДД, разъяснению законодательных и иных нормативных правовых актов Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, регламентирующих действия участников дорожного движения,

технических требований к транспортным средствам и элементам дорожной инфраструктуры, а также по своевременному информированию населения о состоянии аварийности в области дорожного движения и информационно-пропагандистских мероприятиях, проводимых органами внутренних дел Российской Федерации» [1]. Целью пропаганды БДД является повышение у участников дорожного движения уровня правосознания и правовой культуры в области дорожного движения.

Сегодня перед Россией чрезвычайно остро стоит вопрос о необходимости совершенствования и развития форм деятельности по пропаганде безопасности дорожного движения, в частности: активизация внедрения новых форм пропаганды безопасности дорожного движения путем увеличения объемов по использованию рекламы в городском пассажирском транспорте, на улицах и дорогах, интернет-ресурсах, телевидении, радио; формирование постоянного актива представителей средств массовой информации, творческих коллективов и организаций, объединившихся на основе общности интересов для улучшения деятельности полиции РФ, усовершенствование условий и безопасности движения; имплементация положительного зарубежного опыта; законодательное закрепление механизма определения количественных и качественных критериев оценки выполнения пропагандистских мероприятий в области обеспечения безопасности дорожного движения, которые позволят оценивать их эффективность; определение порядка финансирования деятельности по пропаганде безопасности дорожного движения.

В то же время высокий сегодня уровень дорожно-транспортного травматизма, сознательное игнорирование многими участниками дорожного движения действующих на транспорте правил, недостаточный уровень водительского мастерства и обеспеченности транспортного процесса соответствующими по своим параметрам дорогами, а также другие негативные тенденции свидетельствуют о серьезных проблемах организации и осуществлении профилактики дорожно-транспортных деликтов. Профилактические мероприятия разрабатываются непланово, без четкого

представления об их результативности, экономической целесообразности или возможного совокупного эффекта. Мало учитывается зарубежный опыт. Наиболее прогрессивные формы профилактической деятельности остаются невостребованными.

Таким образом, профилактическая работа ОВД должна быть направлена на формирование у всех участников дорожного движения сознательного отношения к выполнению действующих на транспорте правил, нормативов и стандартов, воспитание чувства высокой ответственности и дисциплинированности как у водителей при управлении транспортными средствами, так и у пешеходов.

Список литературы

1. Приказ МВД России от 29.12.2018 № 903 «Об утверждении Наставления по организации деятельности Государственной инспекции безопасности дорожного движения Министерства внутренних дел Российской Федерации по пропаганде безопасности дорожного движения» - <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=EXP&n=723799#024708311454296106>

2. Боева М. А. Профилактика нарушений правил дорожного движения и эксплуатации маршрутных транспортных средств / М. А. Боева / Управление деятельностью по обеспечению безопасности дорожного движения (состояние, проблемы, пути совершенствования) : Федеральное государственное казенное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Орловский юридический институт Министерства внутренних дел России имени В. В. Лукьянова», 2017. – С. 67–69.

3. Маковецкая, Т. О. Предупреждение нарушений Правил дорожного движения и эксплуатации транспортных средств / Т. О. Маковецкая / Закон и право. – 2021. – № 7. – С. 230–236.

УДК 347

ЗАКЛЮЧЕНИЕ, ИЗМЕНЕНИЕ И РАСТОРЖЕНИЕ ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВЫХ ДОГОВОРОВ

Семенова Дарья Максимовна

студент

Ишимский педагогический институт им. П. П. Ершова (филиал) Тюменского
Государственного университета

***Аннотация.** Данная статья посвящена вопросу заключения, изменения и расторжения гражданско-правовых договоров. Договор является наиболее распространенным видом сделок, он играет ведущую роль в гражданском праве.*

Заключенные договоры должны исполняться на тех условиях, на которых было достигнуто соглашение сторон, и не должны изменяться. Однако возникают ситуации, в которых сохранение договора в неизменном виде невозможно. Это может быть связано с изменениями в гражданском обороте или потерей стороной интереса в дальнейшем исполнении данного договора. В таком случае закон позволяет сделать исключение из общего правила и расторгнуть или изменить уже заключенный договор.

***Ключевые слова:** договор, заключение договора, расторжение договора, изменение договора, гражданско-правовой договор, отказ от договора*

Одним из важнейших принципов, лежащих в основе динамики договорных обязательств, является принцип неизменности договора [3, с. 36]. Данный принцип означает, что заключенные договоры должны исполняться на тех условиях, на которых было достигнуто соглашение сторон, и не должны изменяться [7, с. 62].

Он направлен на установление стабильности в отношениях сторон в соответствии со взятыми на себя обязательствами. Принцип неизменности договора тесно связан с принципом надлежащего исполнения обязательств, который

закреплен в ст. 309 ГК РФ [1]. Данный принцип предполагает, что обязательства должны исполняться надлежащим образом в соответствии с условиями обязательства и требованиями закона.

Заключение договора осуществляется на добровольных началах, условия договора определяются по усмотрению сторон (при этом некоторые из существенных условий договора конкретного вида могут быть установлены действующим законом или иными правовыми актами).

ГК РФ предусматривает различные виды гражданско-правовых договоров. Чаще всего со штатными работниками заключается договор подряда (гл. 37 ГК РФ). Но могут быть заключены и некоторые иные, например, договор возмездного оказания услуг (гл. 39 ГК РФ), перевозки (гл. 40 ГК РФ), поручения (гл. 49 ГК РФ), комиссии (гл. 51 ГК РФ), агентский договор (гл. 51 ГК РФ).

В Гражданском кодексе РФ не содержится определение расторжения договора, как и определения понятия «изменение договора». Согласно толковому словарю С. И. Ожегова расторгнуть означает прекратить действие чего-либо (договора, соглашения) [8, с. 207]. В словаре Д. Н. Ушакова под расторжением понимается намеренное прекращение какого-либо оглашения.

При расторжении договора договорные обязательства сторон прекращаются на будущее время [4, с. 147].

Данный признак позволяет отличить расторжение договора от признания его недействительным, а также от признания незаключенным. Так, нарушения закона, влекущие недействительность договора, имеют место быть в момент его заключения. Именно поэтому недействительный договор теряет силу с момента его заключения. Признание договора незаключенным влечет признание его фактически не существовавшим.

Таким образом, «расторжения договора» — это волевое действие в виде двух (много) сторонней сделки или юридического акта, направленное на прекращение обязательств сторон на будущее время, по частично или полностью неисполненному договору.

Важно отметить, что в период действия договора его условия могут быть

изменены. Как уже было сказано, определение изменения договора в ГК РФ не содержится. Так, согласно толковому словарю С. И. Ожегова, изменение — это поправка, перемена, изменяющая что-либо прежнее [8, с. 51].

Таким образом, изменение договора означает, что при сохранении сущности договорного обязательства, исполнение которого полностью или частично не осуществлено, изменяются некоторые условия данного договорного обязательства.

Отличием изменения от расторжения договора является то, что при изменении договор продолжает действовать, а при расторжении договор досрочно прекращается [2, с. 55].

Соотношение расторжения и прекращения договора, на примере ГК РФ [1]:

- прекращения договора в связи с невозможностью исполнения (ст. 416 ГК);
- прекращения договора в связи со смертью гражданина (ст. 418 ГК);
- прекращения договора в связи с ликвидацией юридического лица (ст. 419 ГК).

Прекращение договорных обязательств в связи с невозможностью исполнения вызывается данным юридическим фактом в силу прямого указания закона [7, с. 88]. Договор прекращается без чьей-либо инициативы. Закон лишь определяет правоотношения между сторонами уже прекратившегося договора.

В случаях, предусмотренных в ст. 418 и ст. 419 ГК РФ [1], исчезает сторона в обязательстве, что и ведет к прекращению договора. Волевой направленности на прекращение договора здесь также нет, даже если прекращение существования стороны произошло по чьей-либо воле.

В п. 2 ст. 453 ГК РФ [1] указано, что расторжение договора влечет прекращение договорного обязательства, следовательно, и самого договора. Таким образом, расторжение договора всегда влечет за собой его прекращение, однако не всякое прекращение является расторжением.

А. А. Демичев указывал, что нет договоров, которые связывали бы на всю

жизнь. Договор продолжает действовать до тех пор, как это установлено сторонами, однако, в некоторых случаях, сторона, не дожидаясь конца обязательства, желает освободить себя от договора, однако это не должно нарушать доверие, оказанное ей другой стороной договора. Именно поэтому расторжение возможно не иначе как по условию, заранее указанному в договоре, и только в оговоренное время [5, с. 117].

В нормах гл. 29 [1], действующего на данный момент, ГК РФ прямо предусмотрена возможность одностороннего изменения либо расторжения договора. Согласно ч. 2 ст. 450 ГК РФ [1] договор может быть изменен или расторгнут по требованию одной из сторон только в случаях:

- существенного нарушения договора другой стороной;
- в иных случаях, предусмотренных законом или договором.

В приведенной выше норме указано, что одним из оснований расторжения либо изменения договора в одностороннем порядке является его существенное нарушение другой стороной.

Стоит отметить, что перед обращением в суд сторона должна соблюсти досудебный порядок урегулирования спора. Для урегулирования разногласий сторонам предоставлен общий срок: тридцать дней, однако он применяется только в случае, если отсутствует какое-либо указание на иной срок. При этом законодатель устанавливает три возможных варианта закрепления данного срока [3, с. 84]:

- в предложении о расторжении договора;
- в самом договоре;
- в законе.

В отношении отдельных видов договоров законом устанавливаются дополнительные требования к порядку изменения и расторжения договора по требованию одной из сторон [6, с. 103]. Например, право арендодателя требовать досрочного расторжения договора аренды в связи с допущенным арендатором нарушениями он обязан направить арендодателю предупреждение об устранении допущенных нарушений (ст. 619 ГК РФ [1]).

Расторжение и изменение договора не всегда связано с его нарушением одной из сторон. Возникают ситуации, в которых сохранение договора в неизменном виде или же дальнейшее его существование невозможно из-за изменившихся обстоятельств.

Следовательно, отказ от договора и отказ от исполнения обязательства не тождественны между собой. Односторонний отказ от исполнения договора является одной из составных частей института расторжения и изменения договора.

Таким образом, способы изменения и расторжения договора подразделяются на юрисдикционные (судебный порядок) и не юрисдикционные (внесудебный порядок). К не юрисдикционным способам расторжения и изменения договора относится: расторжение договора по соглашению сторон, а также односторонний отказ от договора. В свою очередь к юрисдикционным способам относятся: расторжение и изменение договора по требованию одной из сторон; расторжение и изменение договора в связи с существенным изменением обстоятельств.

Институт изменения и расторжения договора в ГК РФ урегулирован достаточно полно и подробно. Однако существуют пробелы в действующем законодательстве, например, отсутствует единообразное правовое регулирование термина «существенное изменение обстоятельств», также отсутствует единая судебная практика по применению института изменения и расторжения договора.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (с изменениями и дополнениями по состоянию на 21.12.2021 г.) / ПСС КонсультантПлюс / URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/1cd43e51fbd4129343b325971a466ec5cd32a425/ (дата обращения 06.01.2022)
2. Алексеев С. С., Гонгало Б. М., Мурзин Д. В. Гражданское право. Учебник / С. С. Алексеев, Б. М. Гонгало, Д. В. Мурзин 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Проспект, 2018 - с. 55.

3. Бакаева И. В. Гражданское право. Общая часть. Учебник / И. В. Бакаева - М.: Феникс, 2018–574 с.
4. Белов В. А. Гражданское право. Том 1. Общая часть. Введение в гражданское право. Учебник для бакалавриата и магистратуры / В. А. Белов 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2016 - 622 с.
5. Демичев А. А., Карпычев М. В., Пчелкин А. В. Гражданское право. Учебник в 2-х томах. Том 2 / А. А. Демичев, М. В. Карпычев, А. В. Пчелкин - М.: Инфра-М, 2018 - с. 91.
6. Кабатов В. А., Иванчак А. И., Водолагин С. В. Гражданское право Российской Федерации. Практикум / В. А. Кабатов, А. И. Иванчак, С. В. Водолагин - М.: МГИМО-Университет, 2018–88 с.
7. Кавелин К. Д. Гражданское право. История русского судоустройства / К. Д. Кавелин - М.: Юрайт, 2018–257 с.
8. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов - М.: АСТ, 2018 – с. 325.

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 330

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОТИВАЦИИ К ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Кармолицкая Людмила Александровна

Недоступенко Дарья Александровна

Сильченко Ольга Викторовна

преподаватели

ОГАПОУ «Белгородский индустриальный колледж»,

город Белгород

***Аннотация.** В данной статье рассмотрены ключевые проблемы «отдаленных сельских территорий», проанализированы особенности мотивации молодежи к получению образования.*

***Abstract.** In this article, the key problems of "remote rural areas" are considered, the features of the motivation of young people to receive education are analyzed.*

***Ключевые слова:** инновации, образование, дистанционное обучение*

***Keywords:** innovation, education, distance learning*

Реалии и тенденции нашего времени требуют инновационного подхода к решению проблем «центра» и «отдаленных от центра территорий». На сегодняшний день во всем мире существует представления о том, что уровень благосостояния населения сильно зависит от инфраструктуры конкретных сельских территорий.

На протяжении исторического развития от древности и до наших дней облик сельских территорий претерпевал изменения, однако уровень прогрессивности изменений неравномерен для населенных пунктов в зависимости от географической отдаленности от «центра», имидж села в том числе связан и с уровнем образованности и благосостояния проживающего в нем населения.

В последнее время все больше исследователей заинтересованы проблемами мотивации к получению образования в сельских территориях, но не всегда приводимые выводы теоретических исследований находят реальное отражение в практическом применении. О модели «смарт – село» можно рассказывать бесконечно, основной смысл данных проектов заключается в создании современных условий за городом, создавая уют и комфорт рядом с цивилизацией. Рассматривая отличия условий проживания в «смарт-селах» и в городе, стоит выделить улучшенные экологические условия, больший доступ к экологически чистым ресурсам, психологический комфорт для личностного роста [1, с. 376].

Представляя условия жизни в сельских территориях, многие мыслят стереотипно о возможностях развития современной молодежи в вышеуказанных условиях, тем не менее, важно учитывать и баланс интересов граждан в отношении интересов общества, весьма ошибочно данное мнение, ведь при нынешних возможностях для участия в хакатонах, в онлайн мастер-классах, ретритах в коллаборациях о будущей успешности, применении моделей пермакультуры.

Современные программы поддержки сельской молодежи в последнее время не в полной мере учитывают интересы будущих потребителей услуг и шаблонность осуществления немного отстает от запросов общества в условиях пандемии, к таковым стоит отнести обеспечение интернетом, высокоскоростной передачей мобильных данных. Все вышеизложенные тренды имеют четко выраженную тенденцию в отсутствии или невысокой доле мотивации молодежи в получении профессионального образования. Профессиональное образование как индикатор будущей модели успешности теряет свой былой облик в сельских территориях. Данное представление не должно сводиться к тотальному контролю в области социализации человека, а должно нести некий рекомендательный характер.

В ситуации с развитием цифрового общества отставание определенной части населения в области информационных технологий или невысокая компетентность, отсутствие профессионального образования и навыков зачастую снижают конкурентоспособность человека на рынке труда. С точки зрения управления

человеческими ресурсами необходима программа адаптации молодых специалистов к новым реалиям, где условия труда и быт не соответствуют их компетенциям вследствие отставания села от цифровых технологий, что негативно влияет на адаптации выпускника профессионального образовательного учреждения. Как правило, руководящие должности занимают лица, не обладающие трендами, чаще всего они отказывается в той или иной мере от применения технологий, не обладают компетенциями применения информационных систем или уровень их владения весьма незначителен. Исходя из результата получения образования, значительная часть населения, так или иначе, взаимодействует с экономической системой, трансформирует процесс воспитания и образования в результаты повседневной деятельности, где фактором достижения определенного уровня становятся компетенции и их постоянное формирование. Ценностные модели сельской молодежи значительно отличаются от других социальных групп [1, с. 101].

При исследовании экономических проблем, влияющих на управление образованием в сельских территориях, необходимо помнить, что существует категориальный аппарат, позволяющий наиболее четко выделять предметы и объекты изучения, давать им объективную характеристику и прогнозировать результаты. Исходя из аспектов изучения различных наук и их подходов к определению проблемы, можно утверждать, что социология труда акцентирует свое внимание на необходимости формирования определенной социальной среды, влияющей на социализацию человека.

Согласно общественному мнению, можно утверждать, что образование что в условиях города, что и в сельских территориях тесно связано с экономикой и согласуется по принципу потребностей, являясь особой структурой для логической взаимосвязи поколений. Исходя из результата получения образования, значительная часть населения, так или иначе взаимодействует с экономической системой, трансформирует процесс воспитания и образования, а фактором достижения определенного уровня становятся компетенции и их постоянное формирование.

Также отметим, что доверие и социальное взаимодействие граждан играют

огромную роль при поддержке траекторий инновационного развития и реализации индивидуального образовательного маршрута. Вопреки сложностям измерения, социальный капитал как некая детерминанта существования общественной системы, оказывает особое влияние на вышеуказанные факты [2, с. 375].

Таким образом, следует сделать вывод, что необходимо формировать определенные представления об ответственности в отношении получения образования в условиях инновационного развития общества, которое должно регулярно совершенствоваться и корректировать мировоззрение людей в важности непрерывного образования.

Список литературы

1. Ганиева А. Э., Лутфуллин Ю. Р. Актуальные проблемы современного образования / Эффективные инструменты познания культуры управленческой деятельности: сборник трудов по результатам школы-семинара профессора А. Н. Попова. – Магнитогорск: Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова, 2016. – С. 98–104.

2. Лутфуллин, Ю. Р. Современные подходы к управлению изменениями / Ю. Р. Лутфуллин, Э. И. Шафеева. – Москва: XV Международная научная конференция «Сорокинские чтения» Современное общество в условиях социально-экономической неопределенности сборник материалов Электронное издание комплексного распространения Москва – 2021–375–377 с.

ХИМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 628.1

СИНТЕЗ НАНОКОМПОЗИЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВЕ МОДИФИЦИРОВАННОГО ОКСИДА ГРАФЕНА ДЛЯ УДАЛЕНИЯ ОРГАНИЧЕСКИХ КРАСИТЕЛЕЙ ИЗ ВОДНЫХ СРЕД

Мкртчян Элина Сааковна

аспирант

Ананьева Оксана Альбертовна

магистрант

Научный руководитель: Буракова Ирина Владимировна,

к.т.н., доцент

Бураков Александр Евгеньевич

к.т.н., доцент

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный технический университет»,
город Тамбов

***Аннотация.** В работе исследован синтез высокоэффективных сорбционных материалов – аэрогелей на основе оксида графена (ОГ), модифицированного хитозаном, и оксида графена, модифицированного лигносульфонатом, полученных с применением лиофилизации исходных гидрогелевых составов для сохранения развитой пористой структуры. Изучена адсорбционная активность разработанных композитов по отношению к молекулам катионного органического красителя – метиленового синего (МС). Установлено, что максимальная адсорбционная емкость по МС для образцов ОГ/лигносульфонат (1:1) и ОГ/хитозан (20:1) составила 1831,98 мг/г и 172,35 мг/г, соответственно.*

***Abstract.** The synthesis of highly efficient sorption materials, i.e., aerogels based on graphene oxide (GO) modified with chitosan and graphene oxide modified with lignosulfonate, obtained by lyophilization of initial hydrogel compositions to save the porous structure, was studied in this work. The adsorption activity of the investigated composites toward to the cationic organic dye molecules – methylene blue (MB), was studied. It was found that the maximum adsorption capacity by MB for the samples*

GO/lignosulfonate (1:1) and GO/chitosan (20:1) was 1831.98 mg/g and 172.35 mg/g, respectively.

Ключевые слова: композиционный материал, адсорбент, оксид графена, криогель, хитозан, лигносульфонат, модифицирование, лиофильная обработка

Keywords: composite material, adsorbent, graphene oxide, cryogel, chitosan, lignosulfonate, modification, lyophilization

В условиях современных темпов развития промышленности актуальной экологической проблемой является загрязнение сточных вод органическими загрязнителями [1-3].

Одним из наиболее распространенных органических красителей является метиленовый синий (МС), имеющий химическую формулу $C_{16}H_{18}ClN_3S$. В водных растворах данный краситель находится в виде катиона с выравненными связями и обладает сродством к материалам амфотерной природы, в сухом виде представляет собой темно-зеленые кристаллы с бронзовым блеском [4]. Данный краситель нашёл широкое применение в легкой промышленности для окрашивания тканей, в аналитической химии для выявления хлоратов, перхлоратов, ртути, олова, титана, в медицине - в качестве антисептика для лечения инфекций ротовой полости и мочеполовых путей, а также антидота при отравлении цианидами, угарным газом и сероводородом [4]. Попадание в организм человека значительного количества МС может привести к необратимым повреждениям глаз или тошноте, рвоте, серьёзным повреждениям печени и пищеварительной системы, ощущению жжения в слизистых тканях и психологическим расстройствам при пероральном приеме [5].

Авторами работы был проведен синтез двух составов адсорбционных материалов на основе оксида графена (ОГ): модифицированного хитозаном - в первом случае и лигносульфонатом - во втором. Синтез образцов адсорбционных материалов первого состава состоял из нескольких стадий. На первом этапе был получен водный раствор хитозана. Для этого в водный раствор уксусной кислоты (ХЧ, РМ Инжиниринг, Россия) (2,5 масс. %) добавляли порошок хитозана, затем перемешивали. Следующим этапом было смешение суспензии оксида графена (1

мг/мл) с раствором хитозана; предварительно значения рН суспензии ОГ были доведены до 10 (путем добавления необходимого количества NaOH). Полученную смесь нагревали до 95 °С в течение 24 ч, в результате образовывался гидрогель (ОГ/хитозан). Полученный гидрогель подвергали лиофильной обработке в сушилке (Scientz-10N, Scientz, Китай) для сохранения пористой структуры ($t = 55\text{ }^{\circ}\text{C}$, $P=10\text{ Па}$). Для выявления наилучшего соотношения ОГ:хитозан проводили смешение двух компонентов в следующих пропорциях 100:1, 20:1, 10:1, 5:1, 2:1, 1:1.

Синтез образцов второго состава с использованием в качестве модификатора лигносульфоната состоял из аналогичных стадий, описанных выше. На первом этапе синтеза был получен водный раствор лигносульфоната. Для этого предварительно нагревали воду до 80 °С и добавляли необходимое количество порошка лигносульфоната с параллельным перемешиванием в течение 2–5 минут. Для выявления наиболее эффективного соотношения ОГ:лигносульфонат проводили смешение компонентов в пропорциях 100:1, 20:1, 10:1, 5:1, 2:1, 1:1.

Для анализа адсорбционных характеристик синтезируемых материалов в качестве модельного загрязнителя был использован модельный водный раствор красителя МС (АО «Реахим» (г. Москва, РФ)) с начальной концентрацией 1500 мг/л. Результаты исследований приведены на рис. 1–3.

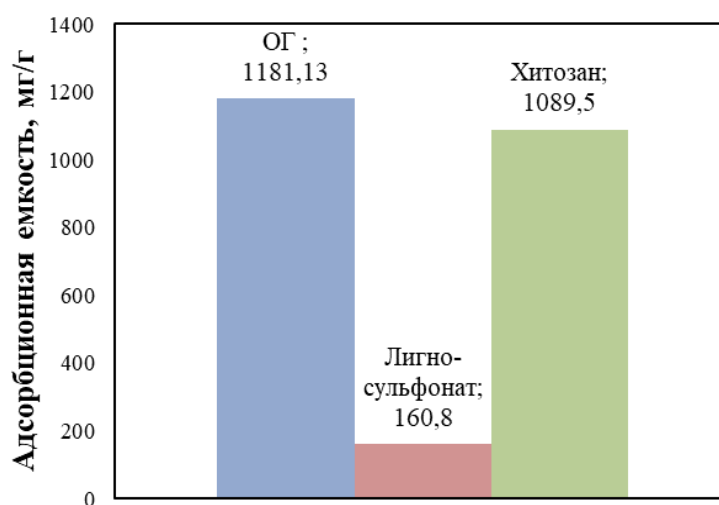


Рисунок 1 – Адсорбционная емкость исходных материалов – ОГ, лигносульфоната и хитозана при извлечении молекул МС

Проведенные экспериментальные исследования позволили установить эффективное соотношение компонентов: при модифицировании ОГ хитозаном – 20:1 (адсорбционная емкость по МС составила 172,35 мг/г); при использовании лигносульфоната в качестве модификатора - 1:1 (адсорбционная емкость по МС составила 1831,98 мг/г).

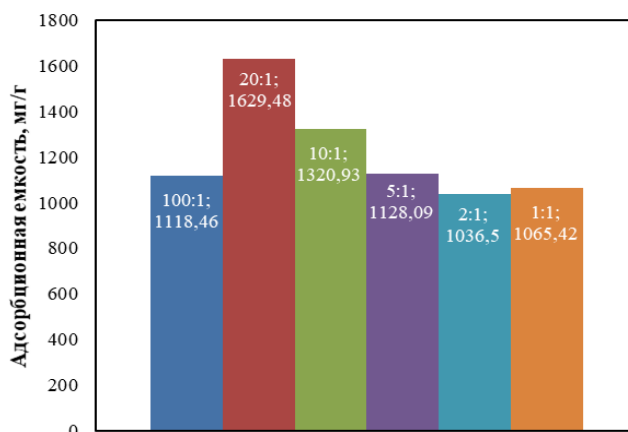


Рисунок 2 – Адсорбционная емкость образцов различного состава ОГ/хитозан при извлечении молекул МС

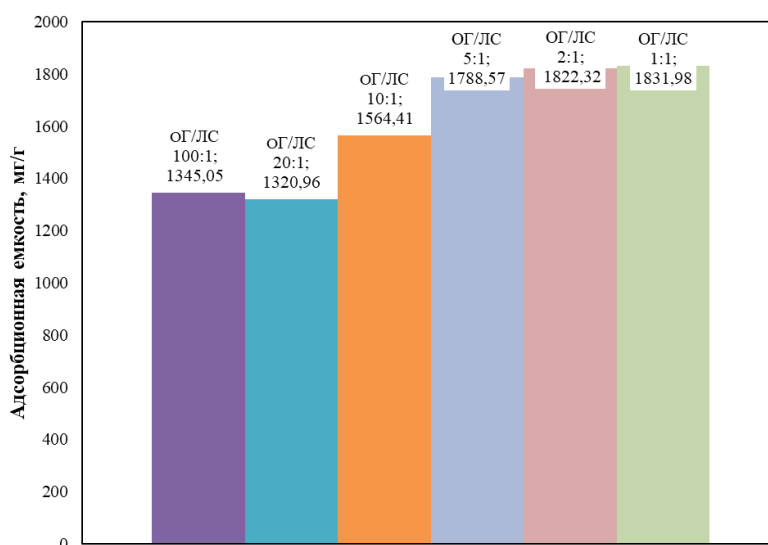


Рисунок 3 – Адсорбционная емкость образцов различного состава ОГ/лигносульфонат при извлечении молекул МС

Список литературы

1. Aung, W. M. Scandium Adsorption from Sulfuric-Chloride Solutions by Nanocomposite PANI/CNTs / W. M. Aung, M. V. Marchenko, I.D. Troshkina, I.V. Burakova, I.V. Gutnik, A.E. Burakov, A.G. Tkachev / Advanced materials and

technologies. – 2019. – Vol. 4. – No. 16. – Pp. 58-65.

2. Ali, I. Removal of Copper (II) and Zinc (II) Ions in Water on a Newly Synthesized Polyhydroquinone/Graphene Nanocomposite Material: Kinetics, Thermodynamics and Mechanism / I. Ali, A.E. Burakov, A.V. Melezhik, A.V. Babkin, E.A. Neskromnaya, E.V. Galunin, A.G. Tkachev / *Advanced materials and technologies*. – 2019. – Vol. 4. – No. 43. – Pp. 3-12.

3. Burhan, A. Chemistry, Structures, and Advanced Applications of Nanocomposites from Biorenewable Resources / A. Burhan, K. Suleyman, U. Ahmet, G. Canbolat, K.T. Vijay / *Chemical Reviews*. – 2020. – Vol. 120. – No. 17. – Pp. 9304-9362.

4. Гончаров А. И., Корнилов М. Ю. Справочник по химии – Изд. 2. Киев, издательское объединение «Вища школа», 1978, с. 308.

5. Mahmoud, M.E. Effective removal of crystal violet and methylene blue dyes from water by surface functionalized zirconium silicate nanocomposite / M.E. Mahmoud, G.M. Nabil, M.A. Khalifa, N.M. El-Mallah, H.M. Hassouba / *Journal of Environmental Chemical Engineering*. – 2019. – Vol. 7. – No. 2. – P. 103009.

**ВОПРОСЫ НАУКИ 2022: ПОТЕНЦИАЛ НАУКИ
И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ**

XXVII Международная научно-практическая конференция

Научное издание

Издательство ООО «НИЦ ЭСП» в ЮФО
(Подразделение НИЦ «Иннова»)
353445, Россия, Краснодарский край, г.-к. Анапа,
ул. Весенняя, 8, оф. 1
Тел.: 8-800-201-62-45; 8 (861) 333-44-82

Подписано в печать 18.02.2022 г. Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 3,78
Бумага офсетная. Печать: цифровая. Гарнитура шрифта: Times New Roman
Тираж 50 экз. Заказ 115.