

Научно-исследовательский центр «Иннова»

ЗНАНИЯ И НАУЧНЫЙ ПРОГРЕСС: НОВЫЕ ПОДХОДЫ И АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Сборник научных трудов по материалам
XVIII Международной научно-практической конференции,
24 августа 2024 года, г.-к. Анапа

Анапа
2024



УДК 00(082) + 001.18 + 001.89

ББК 94.3 + 72.4: 72.5

373

Ответственный редактор:

Скорикова Екатерина Николаевна

Редакционная коллегия:

Бондаренко С. В., к.э.н., профессор (Россия, г. Краснодар), **Дегтярев Г. В.**, д.т.н., профессор (Россия, г. Краснодар), **Хилько Н. А.**, д.э.н., доцент (Россия, г. Анапа), **Ожерельева Н. Р.**, к.э.н., доцент (Россия, г. Анапа), **Жиянова Н. Э.**, к.э.н., профессор (Узбекистан, г. Ташкент), **Климов С. В.** к.п.н., доцент (Россия, г. Пермь), **Михайлов В. И.** к.ю.н., доцент (Россия, г. Москва).

373 ЗНАНИЯ И НАУЧНЫЙ ПРОГРЕСС: НОВЫЕ ПОДХОДЫ И АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. Сборник научных трудов по материалам XVIII Международной научно-практической конференции (г.-к. Анапа, 24 августа 2024 г.). – Анапа: Изд-во «НИЦ ЭСП» в ЮФО, 2024. - 24 с.

ISBN 978-5-95356-520-2

В настоящем издании представлены материалы XVIII Международной научно-практической конференции: «Знания и научный прогресс: новые подходы и актуальные исследования», состоявшейся 24 августа 2024 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. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. 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

ISBN 978-5-95356-520-2

© Коллектив авторов, 2024.
© Изд-во «НИЦ ЭСП» в ЮФО
(подразделение НИЦ «Иннова»), 2024.

СОДЕРЖАНИЕ

СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ НАУКИ

НЕКТАРО-СЕМЕННАЯ ПРОДУКТИВНОСТЬ ВЕЧЕРНИЦЫ

СИБИРСКОЙ ПРИ ВНЕСЕНИИ МИНЕРАЛЬНЫХ УДОБРЕНИЙ

В УСЛОВИЯХ 2023 ГОДА

Логинова Ольга Николаевна 4

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

ЗНАЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ МОТИВАЦИИ В НАУЧНОМ ПРОГРЕССЕ

Перваков Михаил Олегович 8

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

ОБРАЗЫ-ПЕЙЗАЖИ В РАССКАЗАХ К. ПАУСТОВСКОГО

Сидоренко Ольга Валерьевна 13

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

TRANSFORMATION OF COMPANIES' MARKETING STRATEGIES

UNDER THE INFLUENCE OF DIGITALISATION

Smolyakov Daniil Alekseevich

Kuzvisova Daria Sergeevna 19

СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ НАУКИ

УДК 638.132

НЕКТАРО-СЕМЕННАЯ ПРОДУКТИВНОСТЬ ВЕЧЕРНИЦЫ СИБИРСКОЙ ПРИ ВНЕСЕНИИ МИНЕРАЛЬНЫХ УДОБРЕНИЙ В УСЛОВИЯХ 2023 ГОДА

Логинова Ольга Николаевна

младший научный сотрудник

ФГБНУ «ФНЦ пчеловодства», город Рыбное

Аннотация. Вечерница сибирская представляет огромный интерес для пчеловодства. Хорошая нектарная продуктивность позволяет отнести вечерницу сибирскую к ценным медоносным растениям для заполнения безмедосборного периода.

Siberian Vechernitsa is of great interest for beekeeping. Good nectar productivity makes it possible to classify Siberian vespers as valuable honey plants to fill the honey-free period.

Ключевые слова: вечерница сибирская, медонос, нектаропродуктивность, семенная продуктивность, минеральные удобрения

Keywords: siberian evening grass, honey plant, nectar productivity, seed productivity, mineral fertilizers

Вечерница сибирская (лат. (*Hesperis sibirica* L.) – двулетнее травянистое растение, вид рода Вечерница (*Hesperis*) семейства Капустовые /Крестоцветные (*Brassicaceae* /*Cruciferae*). Стебель высотой 35-130 см [1], ветвистый в верхней части, покрыт простыми, железистыми и ветвистыми волосками так же, как листья и цветоножки. На второй год жизни стебли покрываются приятно пахнущими сиреневыми или фиолетовыми цветками диаметром до 1,5 см. Листья овально-ланцетные, острые, зубчатые, самые верхние – узколанцетные, сидячие, нижние – черешковые. Околоцветник правильный, двойной. Чашелистики

длиной 5,5-9 мм, лепестки длиной 15-19 мм, лилово-розовые или белые, обратноовальные, при основании суженные в длинный узкий ноготок, превышающий чашечку. Тычинок 6. Пестик из 2 плодолистиков, с верхней завязью. Цветоножки при плодах 8-25 мм, оттопыренные. Стручки длиной 4-12 мм, железисто-волосистые, с перехватом между семенами. Корневая система вечерницы сибирской стержневая, но залегает неглубоко [2], [3]. Цветёт в июне – июле месяце.

Пчелы охотно посещают цветки вечерницы, собирая с них нектар и пыльцу. Один цветок за сутки выделяет 0,53 мг сахара в нектаре. Мед быстро кристаллизуется. Плоды созревают в конце лета - начале осени [4], [5].

В 2023 году на территории ФГБНУ «ФНЦ пчеловодства» был проведен опыт «Влияние минеральных удобрений на нектарную и семенную продуктивность вечерницы сибирской».

Схема опыта: 1) Контроль (без удобрений); 2) P₄₅K₈₀ - фон; 3) Фон+ N₆₀; 4) Фон + N₉₀.

Условия проведения. Размещение делянок систематическое. Площадь опытных делянок 10 м², повторность четырехкратная. Способ посева: междюльчатый - 30 см.

Вечерница сибирская была обработана минеральными удобрениями 20 апреля. Зацвела 15 мая.

Экспериментальные данные показали следующее.

Таблица 1 – Нектаропродуктивность цветков вечерницы в 2023 году. (мг сахара на 100 цветков в сутки)

Сорт	№ вариантов	Дни учета			Среднее за все дни
		25.05	08.06	20.06	
Вечерница сибирская	1	18	24	22	21
	2	17	21	24	20,6
	3	24	25	26	25
	4	18	17	19	18

Пробы с цветков были сняты: 25 мая 2023 г при $t = 20^{\circ}\text{C}$ и влажности 62 %; 8 июня при $t = 20^{\circ}\text{C}$ и влажности 48 %; 20 июня при $t = 22^{\circ}\text{C}$ и влажности 58 %.

По таблице 1 мы видим, что продуцирование нектара, в котором содержатся сахара происходит более интенсивно в конце цветения во всех вариантах, кроме 1 (без минеральных удобрений). В первом же варианте нектар продуцируется в середине цветения. Наибольшее количество сахара наблюдается у вечерницы сибирской в 3 варианте ($\text{P}_{45}\text{K}_{80}\text{N}_{60}$). Отсюда следует вывод, что нектаропродуктивность вечерницы повышается при внесении азота в количестве N_{60} .

Таблица 2 – Учет посещаемости медоносными пчелами посевов вечерницы за один учет шт/1 м² (2023 год)

Варианты	Дни учета			Среднее
	25.05	08.06	20.06	
1	13	11	12	12
2	14	10	12	12
3	16	12	13	13,6
4	12	11	12	8,3

Исследование показывает привлекательность вечерницы сибирской для медоносных пчел. Пчелы хорошо посещали все 4 варианта. Следует отметить, что наибольшая посещаемость цветков вечерницы сибирской наблюдается в начале цветения.

Таблица 3 – Семенная продуктивность вечерницы сибирской (кг/га)

Варианты	Семенная продуктивность (среднее)
1	125
2	99
3	166,5
4	167
НСР ₀₅	18,4

Из всех вариантов наибольшую семенную продуктивность показал 4 вариант ($P_{45}K_{80}N_{90}$), что в 1,3 раза больше, чем в первом варианте (без внесения минеральных удобрений) и в 1,6 раза чем во втором ($P_{45}K_{80}$).

В заключении можно сделать выводы:

1. У вечерницы сибирской наибольшее продуцирование нектара происходит в конце цветения. Наибольшее количество сахара наблюдается у вечерницы сибирской в 3 варианте ($P_{45}K_{80}N_{60}$). Отсюда следует вывод, что нектаропродуктивность вечерницы повышается при внесении азота в количестве N_{60} .

2. Исследования вечерницы сибирской показали ее привлекательность для медоносных пчел. Следует отметить, что наибольшая посещаемость цветков вечерницы сибирской наблюдается в начале цветения.

3. Минеральные удобрения существенно влияют на семенную продуктивность вечерницы сибирской. Наибольшую семенную продуктивность показал 4 вариант ($P_{45}K_{80}N_{90}$), что в 1,3 раза больше, чем в первом варианте (без внесения минеральных удобрений) и в 1,6 раза чем во втором ($P_{45}K_{80}$).

Список литературы

1. Богомоллов К. В. Атлас медоносов пчеловода – практика: Справочное издание – Рязань: Издательство Рязанская областная типография, 2012.- 80 с.

2. Агабабян Ш. М., Ларин И. В., Любская А. Ф., Работнов Т. А., Ларина В. К., М. А. Касименко. Кормовые растения сенокосов и пастбищ СССР/ Под ред. засл. деятеля науки проф. И. В. Ларина; Всесоюз. науч. - исслед. ин-т кормов им. В. Р. Вильямса. Т. 2-. - Москва; Ленинград: Сельхозгиз, 1951.

3. Клименкова Е. Г., Кушнир Л. Г., Бачило А. И. Медоносы и медосбор. — Минск, 1981.

4. Плаксина Т. И. Конспект флоры Волго-Уральского региона. - Самара: Издательство «Самарский университет», 2001.- 388 с.

5. Кривцов Н. И., Савин А. П., Ишемгулов А. М. Справочник медоносных растений центральных регионов России и Южного Урала. - Рыбное, 2005, 176 с.

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 378.14:37.062

ЗНАЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ МОТИВАЦИИ В НАУЧНОМ ПРОГРЕССЕ

Перваков Михаил Олегович

аспирант

Научный руководитель: Алексашина Ирина Юрьевна,

д.п.н., профессор

ГБУДПО Санкт-Петербургская академия постдипломного педагогического образования имени К. Д. Ушинского

***Аннотация.** Учебная мотивация является важнейшим фактором, определяющим успехи учащихся в образовательной и научной деятельности. В данной статье рассматриваются основные виды мотивации, их взаимосвязь и влияние на научный прогресс. Проанализированы исследования отечественных и зарубежных ученых, подтверждающие значимость учебной мотивации для достижения высоких научных результатов.*

Learning motivation is a crucial factor that determines students' success in both educational and scientific activities. This article examines the main types of motivation, their interrelationship, and their impact on scientific progress. The article analyzes studies by domestic and foreign scholars, confirming the significance of learning motivation in achieving high scientific results.

***Ключевые слова:** учебная мотивация, научный прогресс, внутренняя мотивация, внешняя мотивация, исследовательская деятельность, научные достижения*

***Keywords:** learning motivation, scientific progress, intrinsic motivation, extrinsic motivation, research activity, scientific achievements*

Учебная мотивация играет центральную роль в процессе обучения и является основой для формирования интереса к науке и успешного научного

прогресса. В условиях быстрого развития науки и технологий возникает необходимость в глубоком понимании механизмов мотивации учащихся, которые обеспечивают их активное участие в учебном процессе и научных исследованиях. Задачей современного образования становится не только передача знаний, но и формирование у студентов стойкого желания познавать новое, развивать свои исследовательские навыки и достигать высоких научных результатов.

Мотивация к обучению рассматривается как комплексное явление, включающее как внутренние, так и внешние стимулы. Внутренняя мотивация, характеризующаяся интересом к самому процессу обучения, стремлением к самопознанию и самореализации, играет ведущую роль в долгосрочной перспективе. Внешняя мотивация, связанная с внешними поощрениями, такими как оценки и социальное признание, также важна, но ее влияние на научный прогресс часто оказывается менее устойчивым. В этой связи актуально изучение взаимосвязи между мотивационными факторами и научными достижениями, а также разработка стратегий повышения учебной мотивации.

Внутренняя мотивация, как правило, связана с глубоким интересом к учебному материалу, удовлетворением от процесса обучения и стремлением к самосовершенствованию. Согласно исследованиям А. Маслоу, внутренняя мотивация является фундаментальной для личностного роста и развития научных способностей [1;123]. Внутренне мотивированные учащиеся демонстрируют более высокий уровень креативности, критического мышления и самостоятельности в научной работе [2;97].

С другой стороны, внешняя мотивация, которая основывается на внешних поощрениях, таких как оценки, награды и социальное признание, может быть эффективной в краткосрочной перспективе, но не всегда приводит к устойчивым научным достижениям. Исследования Л. И. Божович и В. И. Ковалева показывают, что внешние стимулы, хотя и важны, не способны заменить внутренний интерес к познанию и развитию [3; 48-51], [4;134-137].

Мотивация к обучению напрямую связана с активностью студентов в научных исследованиях. По данным отечественных ученых, учащиеся с высокой

учебной мотивацией чаще проявляют инициативу в научных проектах, что способствует развитию их исследовательских способностей и повышению уровня знаний [5;75-78]. Это подтверждается исследованиями Н. Ф. Талызиной, которая отмечает, что мотивация к научной деятельности формируется на основе интереса к обучению и потребности в самореализации [6;112-114].

Более того, высоко мотивированные студенты склонны выбирать сложные задачи и активно участвовать в решении научных проблем, что способствует их профессиональному росту и научным достижениям. В этой связи особое значение приобретает создание условий, способствующих развитию внутренней мотивации и поддержке научной активности учащихся.

Создание мотивационной образовательной среды является ключевым условием для формирования устойчивой учебной мотивации и научного прогресса. Важную роль в этом процессе играют педагогические подходы, направленные на поддержку внутренней мотивации, такие как предоставление студентам свободы выбора, возможности для самостоятельной работы, а также поощрение критического мышления и креативности.

Анализ исследований В. В. Давыдова и Д. Б. Эльконина показывает, что мотивирующая образовательная среда, включающая в себя элементы совместной работы, диалога и активного обучения, способствует развитию познавательной активности и исследовательских навыков у учащихся [7;85-89], [8;59-62]. В этой связи особое внимание следует уделять созданию ситуаций, требующих от студентов принятия решений, анализа информации и выработки собственных подходов к решению научных задач.

Педагог играет ключевую роль в формировании учебной мотивации и поддержке научного прогресса. Его задача заключается не только в передаче знаний, но и в создании мотивирующей среды, которая способствует развитию внутренней мотивации и активному участию студентов в учебной и научной деятельности.

Согласно исследованиям И. А. Зимней и Л. В. Занкова, успешная педагогическая работа требует от преподавателя умения поддерживать интерес студентов

к обучению, поощрять их исследовательскую активность и создавать условия для развития самостоятельности [9;132-134], [10;76-78]. Важно, чтобы педагог использовал методы активного обучения, такие как проектная деятельность, проблемное обучение и исследовательские задания, которые стимулируют студентов к самостоятельной работе и развитию научного мышления.

Учебная мотивация является важнейшим фактором, влияющим на научный прогресс. Высокий уровень внутренней мотивации способствует более глубокому освоению знаний, развитию аналитического и критического мышления, а также формированию исследовательских навыков, необходимых для успешного ведения научной работы. Внутренняя мотивация поддерживает устойчивый интерес к учебной и исследовательской деятельности, что, в свою очередь, ведет к генерации новых идей и инноваций.

С другой стороны, внешняя мотивация, хотя и может способствовать краткосрочным достижениям, часто оказывается менее эффективной в долгосрочной перспективе. Внешние стимулы, такие как оценки или социальное признание, могут временно увеличить усилия учащегося, но без развития внутреннего интереса к предмету, эти достижения могут оказаться непродолжительными. В связи с этим, педагоги и исследователи должны стремиться к созданию образовательной среды, которая бы способствовала развитию внутренней мотивации, обеспечивая тем самым устойчивый научный прогресс.

Список литературы

1. Маслоу А. Г. Мотивация и личность. – СПб.: Питер, 2008. – 352 с.
2. Роджерс К. Клиентоцентрированная терапия. – М.: Эксмо, 2011. – 432 с.
3. Божович Л. И. Личность и её формирование в детском возрасте. – М.: Просвещение, 1972. – 304 с.
4. Ковалев В. И. Психология личности. – СПб.: Питер, 2001. – 416 с.
5. Пидкасистый П. И. Педагогическая психология. – М.: Владос, 2009. – 464 с.
6. Талызина Н. Ф. Управление процессом усвоения знаний. – М.: МГУ,

1988. – 288 с.

7. Давыдов В. В. Теория развивающего обучения. – М.: Интерпракс, 1996.

– 400 с.

8. Эльконин Д. Б. Психология игры. – М.: Просвещение, 1974. – 240 с.

9. Зимняя И. А. Педагогическая психология. – М.: Логос, 2005. – 304 с.

10. Занков Л. В. Обучение и развитие. – М.: Просвещение, 1965. – 248 с.

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

УДК 82

ОБРАЗЫ-ПЕЙЗАЖИ В РАССКАЗАХ К. ПАУСТОВСКОГО

Сидоренко Ольга Валерьевна

учитель русского языка и литературы

КГБОУ «Бийский лицей-интернат Алтайского края»

***Аннотация.** В статье рассматривается природа у писателя, которая характеризуется высоким лиризмом, при помощи которого повествование становится романтическим, ярким и усиливается выразительность речи, также он использует психологизм, вызывающий в читателе живое ответное чувство. Природа жива только в присутствии человека, а герой немислим без всего, что его окружает. Пейзаж преимущественно соответствует душевному состоянию человека, нередко прозе К. Г. Паустовского мы слышим авторский голос, который дает оценку окружающей его действительности.*

***Annotation.** The article examines the nature of the writer, which is characterized by high lyricism, through which the narrative becomes romantic, vivid and the expressiveness of speech is enhanced, he also uses psychologism, which causes a lively response in the reader. Nature is alive only in the presence of man, and the hero is unthinkable without everything that surrounds him. The landscape mainly corresponds to the mental state of a person, often in the prose of K. G. Paustovsky we hear the author's voice, which gives an assessment of the surrounding reality.*

***Ключевые слова:** К. Г. Паустовский, писатель, рассказ, пейзаж, природа, связь с человеком, лирический герой, внутренний мир, луг, дождь, Родина, психологизм*

***Keywords:** K.G. Paustovsky, writer, short story, landscape, nature, connection with man, lyrical hero, inner world, meadow, rain, Homeland, psychologism*

О Константине Георгиевиче Паустовском говорят как о несравненном мастере пейзажа. Особенность Паустовского в изображении природы заключается в том, что у него никогда не увидишь пейзажа в чистом виде, обстоятельного описания только одной природы. Всегда даже в самых, казалось бы, безлюдных местах непременно оказывается какой-нибудь чудак, любующийся окружающей красотой, или просто дед-корзинщик. Писатель, таким образом, показывает, что природа и человек нераздельны.

А авторская картина мира в рассказах К. Г. Паустовского представлена в двух аспектах: человек и природа.

В пейзажных набросках, многочисленных рассказах, связанных с поэзией среднерусской природы, постепенно вырисовываются черты родной земли. Захватывающий размах и щемящая красота просторов России, «ее степей холодное молчанье, ее лесов безбрежных колыханье, разливы рек ее, подобные морям», вызывают у писателя чувства, неотрывные от гордости за свой обновленный край.

Умение проникнуть в тайну очарования русской природы, передать неуловимую связь русского человека с «бормотанием родников, криком журавлиных стай, с угасающими закатами» — всё это природа Средней полосы России. И как говорил Константин Георгиевич Паустовский: «Я не променяю Среднюю Россию на самые прославленные и потрясающие красоты земного шара. Всю нарядность Неаполитанского залива с его пиршеством красок я отдам за мокрый от дождя ивовый куст на песчаном берегу Оки или за извилистую речонку Таруску — на ее скромных берегах я теперь часто и подолгу живу» [2, с.121].

Природа у Паустовского не фон действия, а источник характеров, а сам человек — это часть природы, познающая себя через нее. В свою очередь, природа у писателя жива только в присутствии человека, а лирический герой не мыслим без всего, что его окружает, присутствуя и в других людях, и в природе, и в каждой детали повествования. Природа обязательно соответствует душевному состоянию человека. Пейзаж дается через восприятие повествователя, он также связан с его внутренним миром.

Просторные поля, краше которых нет во всем мире, ее леса, бескрайние реки и бездонные озера — все это трогает каждого человека. Паустовский был внимательнейшим и благодарным слушателем неиссякаемой музыки, которой одаривала его матушка-природа. Потому-то все рассказы его так разнообразны. Пейзаж Паустовского проникнут психологизмом и лиризмом, вызывающим в читателе живое ответное чувство.

Рассмотрим, как показан писателем пейзаж в рассказе «Телеграмма». Наиболее ярко он вплетён в такие фрагменты как начало рассказа, эпизод, описывающий ночь и старый клён, сцену похорон и последнюю ночь Насти в доме. При этом все указанные фрагменты тесно связаны с главными героинями, с их внутренним состоянием. В самом начале рассказа лиризм создается особой интонационной настроенностью, эта пейзажная зарисовка настраивает читателя на определенный лад, подготавливает к восприятию рассказа, создает особую тональность произведения: *«Октябрь был на редкость холодный, ненастный. Тесовые крыши почернели. Спутанная трава в саду полегла, и все доцветал и никак не мог доцвести и осыпаться один только маленький подсолнечник у забора. Над лугами тащились из-за реки, цеплялись за облетевшие ветлы рыхлые тучи. Из них назойливо сыпался дождь.»* [3, с. 417]. Данное описание пронизывает мысль об увядании, даже омертвлении природы, создается ощущение, что этот нагоняющий тоску месяц будет длиться вечно. Фразы здесь короткие и от них веет каким-то холодом, безысходностью. И из этого ритма выделяется предложение о подсолнечнике. Именно «подсолнечник», а не «подсолнух», как теплое маленькое солнышко показан на фоне серого, черного неба, всё доцветал и никак не мог доцвести, так же долго, тихо и тяжело доцветала жизнь сгорбленной маленькой женщины. Подсолнечник является символическим образом: ушли, умерли ровесницы-подруги Катерины Петровны, она одна, как маленький подсолнечник у забора, пережила всех. Слово «маленький» у Паустовского не просто определение, это эпитет с подтекстом: «маленький» и ещё у забора – значит, разговор пойдёт об обыкновенном человеке. Именно эти, на первый взгляд неприметные, люди являются у писателя душевно богатыми и красивыми. Этот пейзаж передаёт

душевное состояние Катерины Петровны, он психологичен. В природе, как и в жизни человеческой, наступает медленное увядание. Когда жизнь природы замерла, Катерине Петровне «стало еще труднее вставать по утрам». В эпизоде, когда описывается ночь и старый клён показана взаимосвязь между человеком и родной природой. Катерина Петровна, однажды поздно выйдя в сад, остановилась у старого дерева, взялась рукой за холодную, мокрую ветку и узнала клёна, которого посадила давно, ещё девушкой, а сейчас он стоял озябший, ему некуда было уйти от своей бесприютной, ветреной ночи. Этот клен также одинок, как и Катерина Петровна. Одинокий подсолнух, озябший клён, позабытые звёзды – вот приметы этой холодной осени.

Душевное состояние автора в «Телеграмме» показано со звучащей осенней горечью, и она становится «горем горьким, страданием неписанным» ласковой старушки «к которой смерть забыла дорогу».

В сцене похорон Катерины Петровны описание природы дано в легких тонах, контрастно отличающихся от тяжелых красок поздней осени, когда болела и умирала главная героиня: *«День побелел, и небо было сухое, светлое, но серое, будто над головой протянули вымытую, подмерзшую холстину. Дали за рекой стояли сизые. От них тянуло острым и веселым запахом снега, схваченной первым морозом ивовой коры»* [3, с.428]. Писатель подчеркивает здесь примирение жизни со смертью. Уже нет старушки, нет ее долгих мучений и страданий, поэтому пейзаж спокоен и светел. Осталась только Настя, которая проплакала всю ночь, пока за окнами не засинел мутный и тяжелый рассвет. Автор использует контрастные пейзажные зарисовки (*первый легкий снежок и тяжелый и мутный рассвет*), чтобы дать понять читателю, что у Насти очень тяжело на сердце. Повествователь в «Телеграмме» находится в позиции наблюдателя и только в конце глазами Насти мы видим похороны и по-другому оцениваем окружающий мир.

В этом рассказе пейзаж характеризуется К. Паустовским высоким лиризмом, психологизмом, природа связана с внутренним состоянием человека. В описании пейзажа важна подробность, значительна каждая деталь.

В рассказе «Во глубине России» лирический герой в обыкновенном видит

прекрасное, он даже привносит в него что-то романтическое, таинственное. Обыкновенный, хотя и опозитизированный пейзаж, с лугами, политыми ночным дождем, с резким и освежительным запахом трав и кустов, вторгается тайна озерца со скрытым в нем чудом, и эту таинственность и чудесность вносит лирический герой своим ощущением. При этом он доходит до утверждения явно невероятного: сказав о том, что высокие заросли вокруг озерца *«заставляли думать, что в них непременно скрывается что-нибудь до сих пор не виданное: или стрекоза с красными крыльями, или синяя божья коровка в белую крапинку, или ядовитый цветок лоха с полым сочным стволом толщиной в человеческую руку»*, — он добавляет: *«Все это действительно там было...»* [2, с.236]. Изображение природы через восприятие лирического героя позволяет Паустовскому за разнообразными травами и цветами увидеть картину родной природы, за которой встает Родина. Недаром этот пейзаж завершается рассказом о шиповнике, цветение которого совпадает *«с самыми короткими ночами — нашими русскими, немного северными ночами, когда соловьи, гремят в росе всю ночь напролет, зеленая заря не уходит с горизонта и в самую глухую пору ночи так светло, что на небе хорошо видны горные вершины облаков»* [2, с. 250]. В конце этой картины русской ночи характерно появление самолета, сверкающего, *«как медленно летящая звезда»*, — образ, связывающий русский пейзаж с современностью. Так, в данном рассказе природа показана нам через восприятие лирического героя, характеризуется высоким лиризмом, герой сливается с автором в конце рассказа *«Во глубине России»*, и поэтому мы понимаем авторскую позицию. В ней Паустовский К. Г. отмечает свою главную задачу, которую перед собой ставил: рассказать о талантливости и простосердечии русского человека и показать природу средней полосы России.

Паустовский особенно дорожил лирическими красками родной природы: *«Я не знаю страны, обладающей такой огромной лирической силой и такой трогательно живописной – со всей своей грустью, спокойствием и простором – как средняя полоса России. Величину любви к ней трудно измерить»* [1, с.86]. Описывать природу Паустовский учился у живописцев: *«Живопись важна для*

прозаика не только тем, что помогает ему увидеть и полюбить краски и свет. Живопись важна еще и тем, что художник часто замечает то, чего мы совсем не видим. Только после его картин мы тоже начинаем видеть это и удивляться, что не замечали этого раньше» [1, с.127].

Природа в художественном мире писателя – это не просто описание полей, перелесков, лугов, холмов и рек, рассветов и зорь, природных стихий и не фон, на котором разворачиваются основные события, а источник характеров. Константин Паустовский всегда не забывал повторять, что природа учит нас понимать прекрасное и любовь к родной стране невозможна без любви к ее природе. Ее мы должны возделывать, беречь и охранять всеми силами. Поэтому при описании пейзажа автор использует нотки лиризма, при помощи которых повествование становится романтическим, ярким и усиливается выразительность речи, использование психологизма ведет к повышению эмоциональности и пробуждает глубокие мысли и чувства. В его рассказах мы увидим образы природы: леса, луга, болота, реки, озера, каналы, которые автор тонко рисует, при этом свежесть пейзажей писателя объясняется его умением улавливать и передавать тончайшие оттенки в значении слов, смысловые нюансы, которые часто стираются в повседневном употреблении, а в этих образах заключается природа средней полосы России.

Список литературы

1. Иванов В. П. Человеческая деятельность - познание - искусство. – Киев: Наукова думка, 1977. - 251 с.
2. Паустовский К. Г. Собрание сочинений в восьми томах. М., 1969. Т. 7.
3. Паустовский К. Г. Собрание сочинений в восьми томах. М., 1969. Т.6.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

UDC 339.138

TRANSFORMATION OF COMPANIES' MARKETING STRATEGIES UNDER THE INFLUENCE OF DIGITALISATION

Smolyakov Daniil Alekseevich

Kuzvisova Daria Sergeevna

4th year students

Sci. Supervisor: Ryapolova Natalia Valerievna

Ph.D., Assoc.,

Oskol Technological Institute named after. A.A. Ugarova (branch)

FSAEI of HE «NUST «MISIS»

***Abstract.** This article deals with digital and technological innovations in marketing: their significance, advantages, and status. The application of three main digital marketing tools playing an important role in attracting customers is analyzed. Significant technologies used in modern marketing are outlined. The problems faced by companies during their marketing activities are characterized. These are information overload of users, complexity of management and coordination of multiple communication channels. Based on the analysis of current trends and the use of advanced technologies in marketing, recommendations for effective management of multichannel marketing campaigns are presented. This is one of the most important points in modern marketing.*

***Аннотация.** В статье рассматриваются цифровые и технологические инновации в маркетинге: их значение, преимущества и статус. Проанализировано применение трех основных инструментов цифрового маркетинга, играющих важную роль в привлечении клиентов. Очерчены значимые технологии, используемые в современном маркетинге. Охарактеризованы проблемы, с*

которыми сталкиваются компании в ходе своей маркетинговой деятельности. Это информационная перегрузка пользователей, сложность управления и координации множественных каналов коммуникации. На основе анализа современных тенденций и использования передовых технологий в маркетинге представлены рекомендации по эффективному управлению многоканальными маркетинговыми кампаниями. Это один из важнейших моментов в современном маркетинге.

Keywords: *marketing, digitization, artificial intelligence, big data, information overload, segmentation, personalization*

Ключевые слова: *маркетинг, оцифровка, искусственный интеллект, большие данные, информационная перегрузка, сегментация, персонализация*

In recent decades, the world around us has been significantly transformed by the rapid growth of digitalization. These rapid transformations have had and continue to have a significant impact on all aspects of our lives, especially in the business sector, where such changes are felt more strongly. Digitalization has transformed the way people, in particular companies and consumers interact, bringing changes in their marketing strategies. Much of this change is due to changes in consumer behavior, which has become much more complex with the advancement of technology [1]. Humans have many new needs, which are growing and becoming more complex every year, and companies, in turn, must build their marketing system so that their product or service can meet the limitless needs of modern customers.

A significant role should be attributed to the processes of digitalization in improving the marketing strategies of modern companies. As it happens, for the most part, not due to any revolutionary and innovative ideas, but with the help of modern technologies such as artificial intelligence, machine learning and big data [2]. Tools based on these technologies have become very powerful means of attracting and keeping customers on their side.

Clearly, digital marketing has significant advantages and many pros. There are three main digital marketing tools:

- SEO (search engine optimization);
- SMM (social media marketing);

– Content marketing.

Although these tools have been around for years, they are still the base and solid foundation of all more advanced tools. In addition, the tools remain relevant due to their ability to adapt to any changes in this sphere, as well as due to their flexibility about changes in consumer behaviour. Studies of Russian companies show that over the last 8 years, Russian companies' spending has more than doubled. This is most clearly seen in the dynamics reflected in Figure 1 [3]:

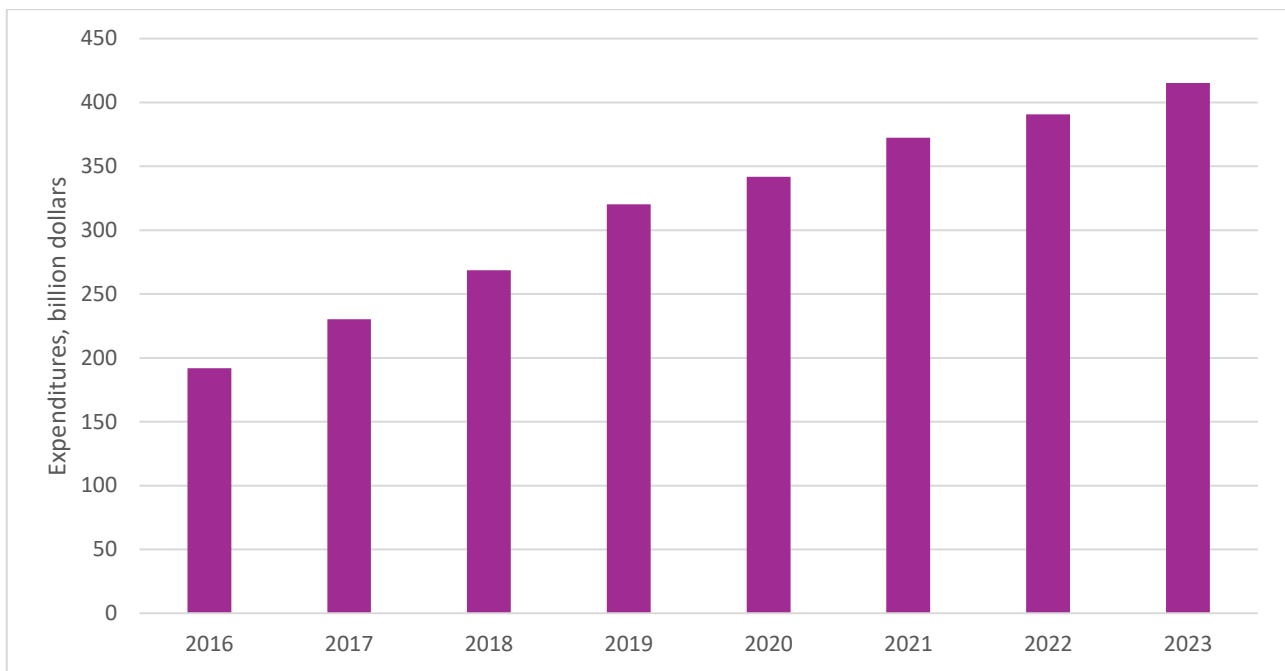


Figure 1 – Advertising Expenditures of Russian Companies from 2016 to 2023

In addition, according to reports of research company eMarketer, about 45% of the marketing budget of different companies is spent on SMM marketing and 1.5 times less on content marketing and SEO [4]. This suggests that companies are adopting current trends, realizing that the main tool for attracting customers today is social media. At the same time, it should be emphasised that SEO and content marketing are also very significant tools and play a significant role. Therefore, to maintain and increase audience engagement, all available digital marketing tools should be competently applied.

In modern marketing practically all possible and available modern technologies are used. We can emphasize the following main ones:

– artificial intelligence;

- machine learning;
- big data;
- computer vision;
- VR technologies, and others.

Almost all large companies actively apply these technologies as much as possible and as needed. According to some studies, about 60% of all companies worldwide use artificial intelligence technologies to promote their goods and services. However, in our opinion, among the technologies listed above, the most effective is Big Data, as it is the only technology that allows collecting and analyzing large volumes of data on consumer behavior, preferences, and purchasing habits. Based on this data, marketers segment the audience and create an averaged customer profile for each segment, based on which they build their production or trade activities. Additionally, analyzing historical data helps understand which marketing strategies were effective and which were not, and for what reasons. Currently, many Russian companies use Big Data in their marketing activities. Among the most well-known are «Pyaterochka», «Yandex», «MTS», «Gazprom», «Rostelecom» and many others.

As we know, the main task of marketing is to identify a customer need that can be satisfied by a certain product or service. Accordingly, the wider the reach and more touch points with possible customers, the higher the chance of increasing the company's conversion rate. In modern marketing, making a much wider audience reach is made possible by the digital elements of marketing. Whereas people used to receive information about a brand and its services through just a few communication channels, now the number of these channels has grown dozens and hundreds of times, which has created additional advantages for marketing. However, at the same time, it entails a few problems [5].

The most obvious and basic problem is the complexity of coordinating marketing campaigns and managing communication channels. This problem is becoming more pronounced every year due to a similar growth in audience communication channels. To properly mitigate it, it is necessary to ensure consistency of messages and strategies across all platforms used for communication to avoid duplication or

confusion.

Of course, the more touchpoints with the audience, the higher the chances of making a sale. However, it is crucial to maintain a delicate balance in informing potential clients about your services or products to avoid information overload and negative reactions from customers. It is also important to segment the audience using the same digital technologies and create relevant content for each segment, which will not cause obvious negativity even in the case of possible information overload.

In general, it is worth noting that any problem that is caused by changes in modern marketing has a solution. It is only important to realise that the effectiveness of these solutions is temporary and therefore it is necessary to constantly maintain them at the proper level to contain the negative impact of factors.

References

1. Sobolevsky, Y. S. Transformation of Marketing and Marketing Communications under the Influence of Digitalization / Skif. Student Science Issues. 2023. No. 5(81). pp. 619-624.
2. Shendrik, V.V. Marketing Strategies in the Era of Digitalization: Challenges and Prospects / Problems of Science. 2024. No. 2(83). pp. 15-18.
3. Spending on advertising in Russia from 2012 to 2019 with a forecast until 2024 [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.statista.com/statistics/491838/advertising-spend-russia/>, free. – (accessed: 13.08.2024).
4. Lukashin, K. V. Problems of Digital Transformation of Marketing in New Realities / Transformation of the Economy. 2023. No. 4(8). pp. 42-44.
5. The New Era of social media [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.emarketer.com/resources/the-new-era-of-social-media/>, free. – (accessed: 12.08.2024).

**«ЗНАНИЯ И НАУЧНЫЙ ПРОГРЕСС: НОВЫЕ
ПОДХОДЫ И АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ»
XVIII 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 24.08.2024 г. Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 1,4
Бумага офсетная. Печать: цифровая. Гарнитура шрифта: Times New Roman
Тираж 50 экз. Заказ 852.