

Научно-исследовательский центр «Иннова»

ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В СОВРЕМЕННОЙ НАУКЕ: НОВЫЕ ПОДХОДЫ И АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Сборник научных трудов по материалам
IX Международной научно-практической конференции,
25 февраля 2026 года, г.-к. Анапа



Анапа
2026

УДК 00(082) + 001.18 + 001.89

ББК 94.3 + 72.4: 72.5

И73

Научный 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).

И73 Интеграционные процессы в современной науке: новые подходы и актуальные исследования. Сборник научных трудов по материалам IX Международной научно-практической конференции (г.-к. Анапа, 25 февраля 2026 г.). – Анапа: НИЦ ЭСП в ЮФО, 2026. - 43 с.

ISBN 978-5-95356-946-0

В настоящем издании представлены материалы IX Международной научно-практической конференции «Интеграционные процессы в современной науке: новые подходы и актуальные исследования», состоявшейся 25 февраля 2026 года в г.-к. Анапа. Материалы конференции посвящены актуальным проблемам науки, общества и образования. Рассматриваются теоретические и методологические вопросы в социальных, гуманитарных и естественных 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 978-5-95356-946-0

© Коллектив авторов, 2026.
© ООО «НИЦ ЭСП» в ЮФО
(подразделение НИЦ «Иннова»), 2026.

СОДЕРЖАНИЕ

БИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

ИЗМЕНЧИВОСТЬ УСЛОВИЙ СРЕДЫ В ИС-ФЬОРДЕ (ШПИЦБЕРГЕН) ПО ДАННЫМ МНОГОЛЕТНИХ НАБЛЮДЕНИЙ

Дворецкий Владимир Геннадьевич

Дворецкий Александр Геннадьевич 5

РАЗВИТИЯ ГИДРОБИОНТОВ В ВОДНЫХ ОБЪЕКТАХ С ЗАРОСЛЯМИ ЛОТОСА

Клинцов Вячеслав Алексеевич

Клинцова Мелания Вячеславовна 10

ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ РАЗМЕРА И СРОКА СУДЕБНОГО ШТРАФА

Ибрагимова Эльза Ибрагимовна

Семенцова Ирина Анатольевна 17

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

THE ROLE OF EMOTIONAL TRIGGERS IN MODERN ADVERTISING: AN ANALYSIS OF GUILT, FEAR, AND VANITY AS PERSUASIVE TOOLS

Kovalchuk Olesia..... 22

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

АНАЛИЗ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЙ БАЗЫ И ТЕКУЩИХ ПРОЦЕССОВ ФИНАНСОВОГО ОТДЕЛА МИНИСТЕРСТВА ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ): ПУТИ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Кривошапкин Федот Петрович..... 32

ВНЕДРЕНИЕ МОДУЛЯ «ШКОЛЬНОЕ ПИТАНИЕ В ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ШКОЛЫ РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)»

Кривошапкин Федот Петрович

Платонова Надежда Тимофеевна

Белолубская Сардана Романовна..... 37

БИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 551.46

ИЗМЕНЧИВОСТЬ УСЛОВИЙ СРЕДЫ В ИС-ФЬОРДЕ (ШПИЦБЕРГЕН) ПО ДАННЫМ МНОГОЛЕТНИХ НАБЛЮДЕНИЙ

Дворецкий Владимир Геннадьевич

к.б.н., ведущий научный сотрудник

Дворецкий Александр Геннадьевич

к.б.н., ведущий научный сотрудник

Мурманский морской биологический институт РАН

***Аннотация.** На основе массива спутниковых данных изучена динамика факторов среды в Ис-фьорде (Шпицберген). С 1993 по 2024 гг. отмечено повышение первичной продукции, снижение площади льда, а также повышение поверхностной температуры и солености.*

The dynamics of environmental parameters in Isfjorden (Svalbard) was studied based on satellite data. From 1993 to 2024, there was an increase in net primary production, while sea ice cover decreased, and sea surface salinity and temperature increased.

Ключевые слова: Ис-фьорд, спутниковые исследования, климат

Keywords: Isfjorden, remote sensing, climate

Залив Ис-фьорд (арх. Шпицберген) является крупнейшим фьордом в высоких широтах, где ведутся регулярные исследования условий среды и состояния местной флоры и фауны [1,2]. Однако сведения о параметрах среды, измеряемые в полевых условиях, не дают обобщенной картины изменчивости климата в регионе. Чтобы устранить этот пробел была сформирована база данных, содержащая данные о содержании хлорофилла а, первичной продукции, концентрации фитопланктона, площади льда, поверхностной солености и температуры. Для этого были использован массив спутниковых наблюдений, скачанный со

специализированного сайта [3]. Были выбраны 5 стандартных станций (рис. 1). С учетом крупного масштаба спутниковых снимков и близкого расположения станций ряды данных для некоторых станций были реконструированы на основе кригинга.



Рисунок 1 – Схема расположения станций 1–5 в Ис-фьорде

Анализ месячной динамики факторов среды выявил высокое сходство изучаемых показателей, которое было связано с близким расположением станций (рис. 2). Хорошо прослеживается и сезонность: наибольшие показатели продуктивности отмечены в мае, максимальная площадь льда отмечена в феврале-марте, наибольшая соленость отмечена в зимние месяцы, а температура достигала максимума в августе.

Были исследованы тренды изменчивости исследованных показателей на основе анализа временных рядов путем определения точек изменения трендов и подсчета темпов изменчивости на основе наклона оси линии тренда (метод Сена [4]). Данный анализ проведен как для месячных данных, так и для осредненных показателей (годовой тренд). Выявлено, что показатели продуктивности на основе месячных данных не изменились в период исследований, тогда как годовой тренд был значим. Для первичной продукции тренд составил 0.033 на ст. 1, 0.034 на ст. 2, 0.035 на ст. 3, 0.032 на ст. 4 и 0.038 на ст. 5. Площадь ледового

покрова значительно снижалась в период с 1993 по 2024 гг. Это было отмечено как для месячных, так и для годовых данных. В первом случае тренд варьировал от -0.025 на ст. 2 до -0.018 на ст. 1.

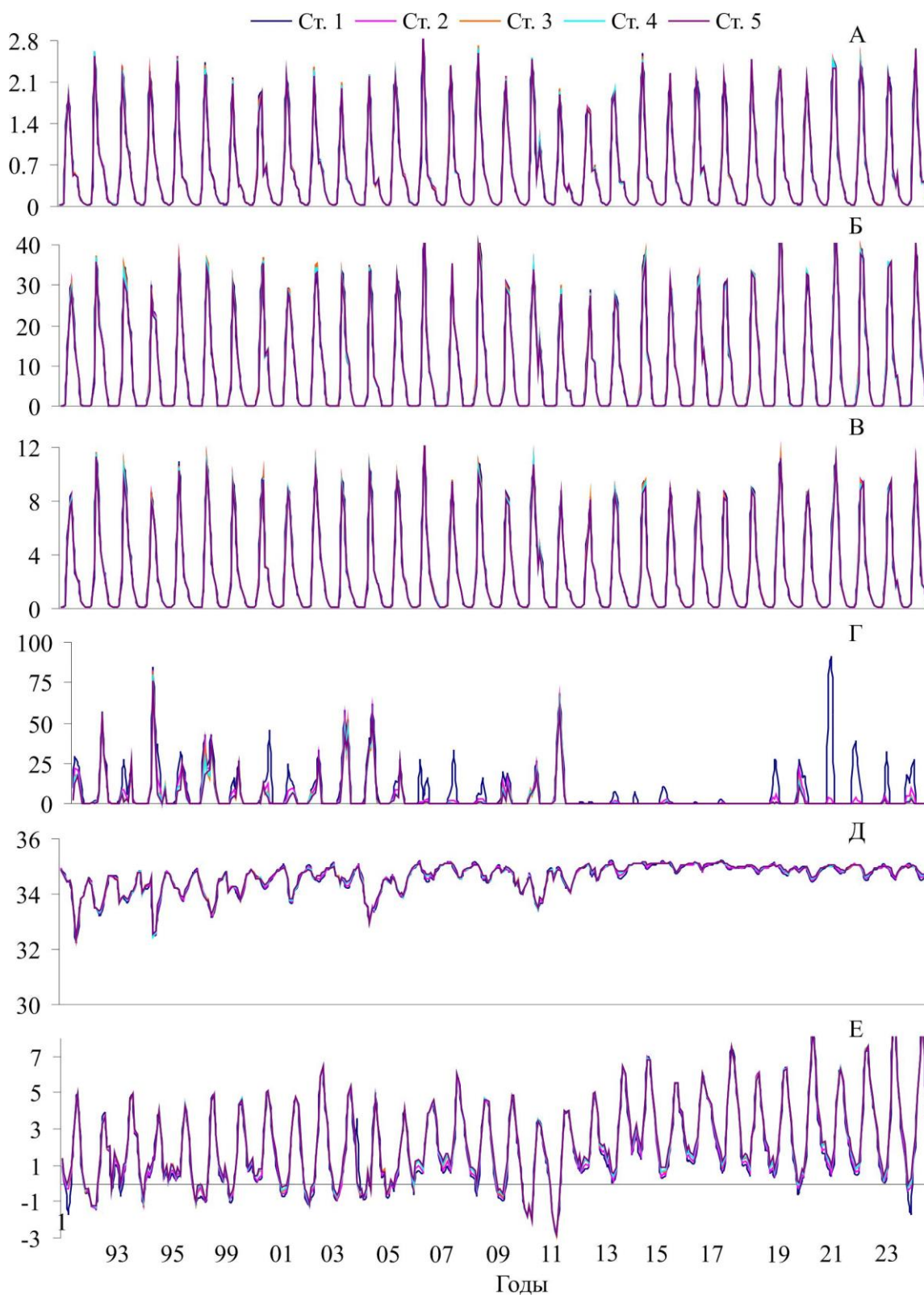


Рисунок 2 – Месячная динамика содержания хлорофилла, мг м^{-3} (А), первичной продукции $\text{мг м}^{-3} \text{сут}^{-1}$ (Б), фитопланктона, моль м^{-3} (В), ледяного покрова, % (Г), солености (Д), температуры, $^{\circ}\text{C}$ (Е) в Ис-фьорде в 1993–2024 гг.

Рассмотрение годовых данных показало, что тренд составил -0.24 на ст. 1, -0.21 на ст. 2, -0.17 на ст. 3, -0.17 на ст. 4 и -0.16 на ст. 5. Эти цифры более точные, чем те, которые могли быть получены простым умножением месячных трендов на 12. Соленость воды значительно увеличилась за период с 1993 по 2024 г. На ст. 1-месячный тренд составил 0.00193 , на ст. 2 – 0.00192 , на ст. 3 – 0.00190 , на ст. 4 – 0.00192 , на ст. 5 – 0.00194 . Более низкий рост солености на ст. 3, вероятно связан с более значимым влиянием стока в этом районе. Годовые тренды для станций 1–5 составили 0.0289 , 0.0293 , 0.0296 , 0.0299 и 0.0299 соответственно. Поверхностная температура воды значительно возросла за период исследований. Месячный темп роста составил 0.0063 на ст. 1, 0.0064 на ст. 2, 0.0067 на ст. 3, 0.0067 на ст. 4 и 0.0067 на ст. 5. Годовые темпы роста были следующими: 0.0795 , 0.0830 , 0.0857 , 0.0854 и 0.0855 на станциях 1–5 соответственно.

Изменение поверхностной температуры воды происходили неравномерно. В период с 1993 по 2006 гг. значимых тенденций не обнаружено. Потом наблюдалось снижение этого показателя. В 2013–2014 гг. тенденция изменилась, и начиная с 2015 г. наблюдался рост с темпом 0.060 на ст. 1, 0.063 на ст. 2, 0.061 на ст. 3, 0.061 на ст. 4 и 0.059 на ст. 5 (месячные тренды). С 2018 г. отмечено снижение темпов роста с сохранением положительной динамики при темпах примерно 0.01 °C в месяц. Наиболее низкие значения средней поверхностной температуры воды отмечены в 1994, 2004, 2005, 2010 и 2011 гг. Наиболее высокие показатели – в период с 2013 по 2024 гг., с пиками в 2014, 2017 и 2023 гг. Что касается первичной продукции, то этот показатель был минимален в 1999, 2004 и 2011 гг., а наибольшие значения отмечены в 2019, 2021 и 2022 гг.

Полученные результаты неплохо вписываются в общую картину изменчивости продуктивности и температурного режима Шпицбергена [5]. В местных фьордах отмечается сокращение площади ледяного покрова и отступление приливных ледников [6]. Схожие процессы изменчивости ледового покрова и продуктивности морских акваторий, связанные с процессами потепления в Арктике, отмечены и в других районах Баренцева моря [7,8]. Сформированная база данных может быть использована для дальнейшего изучения влияния климата на

сообщества морских организмов в водах Шпицбергена.

Список литературы

1. Evseeva O. Y., Dvoretzky A.G. Littoral bryozoan communities in the high Arctic: A latitudinal comparison / O. Y. Evseeva, A.G. Dvoretzky / The Science of Nature. – 2026. Vol. 113. – Article 4.
2. Дикаева Д. Р. Распределение сообществ полихет в районе Западного Шпицбергена / Д. Р. Дикаева / Известия РАН. Серия биологическая. – 2023. – № 5. – С. 546–556.
3. <https://data.marine.copernicus.eu/>
4. Sen P.K. Estimates of the regression coefficient based on Kendall's Tau / P.K. Sen / Journal of the American Statistical Association. – 1968 – V. 63, – P. 1379–1389.
5. Hanssen-Bauer I. Temperature and precipitation in Svalbard 1912–2050: measurements and scenarios / I. Hanssen-Bauer / Polar Record. – 2002. – V. 38, – P. 225-232.
6. Мавлюдов Б. Р. Влияние изменения климата на ледники земли Норденшельда, Шпицберген / Б. Р. Мавлюдов / Комплексные исследования природы архипелага Шпицбергена. Материалы междунар. научн. конф. – М.: ГЕОС, 2012. – Вып. 11. – С. 160–164.
7. Dvoretzky A.G., Dvoretzky V. G. Filling knowledge gaps in Arctic marine biodiversity: Environment, plankton, and benthos of Franz Josef Land, Barents Sea / A.G. Dvoretzky, V. G. Dvoretzky / Ocean and Coastal Management. – 2024. – V. 249. – Article 106987.
8. Dvoretzky A.G., Dvoretzky V. G. Fluctuations of net primary production along a standard transect in the Barents Sea and their relationships with environmental factors / A.G. Dvoretzky, V.G. Dvoretzky / Environmental Research. – 2026. – V. 288 – Article 123177.

УДК 574.522

РАЗВИТИЯ ГИДРОБИОНТОВ В ВОДНЫХ ОБЪЕКТАХ С ЗАРОСЛЯМИ ЛОТОСА

Клинецов Вячеслав Алексеевич

соискатель ученой степени

Клинецова Мелания Вячеславовна

студент

Научный руководитель: Хорошайло Татьяна Анатольевна,

к.с.-х.н., доцент

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет

имени И. Т. Трубилина», г. Краснодар

***Аннотация.** Плотные заросли лотоса являются одним из способов повышения продуктивности водоема, так как биомасса зоопланктона и бентосного сообщества вырастает по сравнению с открытым участком водоема.*

Dense lotus thickets are one of the ways to increase the productivity of a body of water, as the biomass of zooplankton and the benthic community increases compared to an open area of the body of water.

***Ключевые слова:** фитопланктон, зоопланктон, бентос, водная растительность, лотос*

***Keywords:** phytoplankton, zooplankton, benthos, aquatic vegetation, lotus*

На территории Краснодарского края в водных объектах встречается несколько видов лотосов: краснокнижный орехоносный лотос (*Nelumbo nucifera*), каспийский или индийский лотос (*Nelumbo caspica*) и лотос Комарова (*Nelumbo komarovii*). Количество водных объектов ежегодно увеличивается, основными являются: Ахтонизовский лиман, Озеро Старотиторский лиман,

Озеро у посёлка Белозёрного, река Ставок, пруд «Лotosовый рай» в Лабинском районе, водоемы учебного батанического сада КубГУ и другие. Все виды лотоса были интродуцированы местными жителями для создания локаций для экскурсий и украшения водных объектов.

Лотос предпочитает тёплые неглубокие водоёмы со стоячей водой. Ему нужно не менее 6–8 часов солнечного света в день, а оптимальная температура воздуха и воды летом — 25–30°C. Растение хорошо переносит умеренно холодные зимы, но погибает при промерзании водоёма.

Для чистоты эксперимента взяты водные объекты в которых заросли лотоса занимают часть территории: Ахтанисовский лиман, Озеро «Старотиторский лиман» и река Ставок. Основными показателями являлись количественные и качественные характеристики фитопланктона, зоопланктона, бентоса и представителей ихтиофауны. В каждом водном объекте проводилось взятие проб в районе произрастания лотосов и без него. Объем изъятых проб показал динамику в течении всего года и позволил сделать выводы о влиянии зарослей лотоса на развитие гидробионтов.

Ахтанисовский лиман является мелководным водным объектом, быстро прогревается в весенне-летнее время, площадь зарастания лотосом составляет около 150 тыс м². Отбор проб проводился на расстоянии не более 500 м от друг друга. Количество точек 12 (по 6 в зарослях лотоса и 6 в открытых частях).

Озеро Старотиторский лиман имеет глубину до 1,5 м, большая территория озера не превышает в глубину 40 см. Отбор проб проводился на расстоянии не более 500 м от друг друга. Количество точек 12 (по 6 в зарослях лотоса и 6 в открытых частях).

Река Ставок – мелководный водный объект со средней глубиной не более 1,2 м. В районе произрастания лотоса глубина составляет от 0,3 до 0,5 м. Количество точек 12 (по 6 в зарослях лотоса и 6 в открытых частях).

Ихтиофауна Ахтанисовского лимана представлена 35 видами рыб: белуга, севрюга, русский осетр, черноморско-азовская сельдь, пузанок, щука, плотва, красноперка, жерех, белый амур, верховка, линь, пескарь кубанский, азово-

черноморская шемая, укляя, густера, лещ, рыбец, чехонь, серебрянный карась, сазан, белый толстолобик, обыкновенная щиповка, сибирская щиповка, сом, малая южная колюшка, трехиглая колюшка, судак, окунь, ерш, берш, бычок-песчаник, бычок-цуцик, сенгиль, пелингас.

Ихтиофауна озера Старотиторовский лиман представлена 32 видами рыб: пузанок, тюлька, щука, тарань, красноперка, жерех, овсянка, линь, шемая, укляя, густера, лещ, рыбец, чехонь, карась, сазан, толстолобик, щиповка, сом, колюшка трехиглая, колюшка малая южная, игла, сингиль, пиленгас, атерина, судак, окунь, бычок книпповича, бычок-песочник, бубырь, бычок-цуцик, азовская пуголовка.

Ихтиофауна реки Ставок состоит из представителей ихтиофауны реки Кочеты и представлена 15 видами рыб: сазан, лещ, густера, карась серебрянный, плотва обыкновенная, красноперка, пескарь обыкновенный, укляя обыкновенная, щука обыкновенная, сом обыкновенный, окунь обыкновенный, судак обыкновенный, белый амур, белый толстолобик, обыкновенная щиповка.

Результаты показали, что в Ахтонизовском лимане наибольшее количество видов представлено в отделе зеленых водорослей – 93 вида; диатомовых - 77 видов; цианобактерий- 24 вида. Отдел эвгленовых, типичный для эвтрофных водоемов, представляли 23 вида. Остальные группы водорослей были менее представительными и встречались эпизодически.

В озере Старотиторовский лиман весной доминируют диатомовые и протококковые водоросли (67 и 54 вида соответственно), летом – протококковые (84 вида), вольвоксовые (72 вида), пирофитовые (43 вида) и синезеленые (36 видов). В конце вегетационного периода значительное развитие получают и эвгленовые водоросли (54 вида).

В реке Ставок фитопланктон представлен в основном микроводорослями: протококковыми (67 видов), вольвоксовыми (62 вида), эвгленовыми (33 вида), диатомовыми (26 видов).

Из списка водорослей (165 видов), отмеченных в составе планктона весной, непосредственно водорослей, развитие которых характерно только для весеннего периода, зарегистрировано только 77 видов, в составе летнего

фитопланктона насчитывалось 102 вида, из них типично летних видов – 27, а осенью среди 117 видов типично осенних было 26.

Таблица 1 – Средние значения сезонных колебаний концентрации фитопланктона, мг/м³

Место отбора проб	зима	весна	лето	осень	Среднегодовые значения
Ахтонизовский лиман					
В зарослях лотоса	682,12	4659,2	2930,51	1112,70	2346,13
Средние значения по водоему	763,25	5178,60	3456,31	1226,11	2656,09
Озеро Старотиторовский лиман					
В зарослях лотоса	463,88	2512,39	1974,52	1186,24	1534,26
Средние значения по водоему	512,36	2954,61	2263,20	1324,51	1763,65
Река Ставок					
В зарослях лотоса	311,46	1295,20	986,12	843,21	859,01
Средние значения по водоему	374,51	1588,10	1169,40	984,22	1029,06

В зарослях лотоса количество видов соответствовало средним значениям по водоему, но биомасса была ниже. В стоячей воде отклонение было меньше, чем в проточной (11,7% и 16,5% соответственно).

Планктонные зооценозы Ахтонизовского лимана представляют собой сообщества включающие коловраток (10 видов), ветвистоусых рачков (7 видов) и веслоногих рачков (6 видов). Доминируют веслоногие (*Calanipeda aquaedulcis*, *Cyclops strenuus*, *Acantocyclops sp.*, *Harpacticoidae*) и ветвистоусые (*Diaphanosoma sp.* и *Bosmina sp.*).

Зооценозы Озера Старотиторовский лиман представлен ветвистоусыми (12 видов) и веслоногими (7 видов) ракообразными, планктонными формами личинок насекомых (5 видов) и, в меньшей степени, коловратками (2 вида) и по одному виду копепоид и кладоцер.

Река Ставок носит копепоидно-кладоцерный характер. Как и для любого мало проточного водоёма ему характерна бедность видового состава зоопланктона. Доминируют копепоиды (10 видов), кладоцер (7 видов), коловратки (5 видов), единично встречались ветвистоусые (2 вида) и веслоногие (2 вида) ракообразные.

Таблица 2 – Средние значения сезонных колебаний концентрации зоопланктона, мг/м³

Место отбора проб	зима	весна	лето	осень	Среднегодовые значения
Ахтонизовский лиман					
В зарослях лотоса	192,34	1976,35	3240,22	812,64	1555,39
Средние значения по водоему	184,52	1686,57	2565,19	674,32	1277,65
Озеро Старотиторовский лиман					
В зарослях лотоса	1038,69	7971,99	10740,39	1557,86	5327,23
Средние значения по водоему	837,65	6534,42	8524,12	1256,34	4288,13
Река Ставок					
В зарослях лотоса	171,77	1175,14	2569,40	483,29	1099,90
Средние значения по водоему	141,96	987,51	2141,17	406,13	919,19

Макимальные концентрации биомассы достигались в летний период при увеличении температуры воды. Биомасса в стоячих условиях была выше, чем в проточных.

В зарослях лотоса количество видов существенно не отличалось от средних значений по водоему, однако в реке Ставок в зарослях встречались личинки насекомые, которые на открытых участках не фиксировались. По биомассе отмечалась тенденция увеличения при снижении проточности. Биомасса в зарослях была выше на от 19,6% до 24,2%, чем на открытых участках.

В Ахтонизовском лимане зообентоса в пробах отмечено ракообразных (11 видов), моллюсков (9 видов), насекомых (9 видов), пиявок (2 вида), по 2 вида круглых и малощетинковых червей.

Видовое разнообразие зообентоса озера Старотиторовский лиман представлено в основном ракообразными (жаброногие, гаммарусы, мизиды) (14 видов), личинками хирономид (8 вида), моллюсками (7 видов), по 1 виду круглых и малощетинковых червей.

В реке Ставок бентосное сообщество состояло из личинок хирономид (11 видов), ракообразных (7 видов), моллюсков (2 вида), по 1 виду круглых и малощетинковых червей.

Таблица 3 – Средние значения сезонных колебаний концентрации зообентоса, мг/м²

Место отбора проб	зима	весна	лето	осень	Среднегодовые значения
Ахтонизовский лиман					
В зарослях лотоса	981,27	4231,81	6028,62	1398,50	3160,05
Средние значения по водоему	876,13	3812,44	5634,22	1237,61	2890,10
Озеро Старотиторовский лиман					
В зарослях лотоса	938,89	3075,32	5705,16	1300,31	2754,92
Средние значения по водоему	834,57	2773,06	5267,92	1156,14	2507,92
Река Ставок					
В зарослях лотоса	690,67	2993,68	4706,07	1015,37	2351,45
Средние значения по водоему	633,64	2851,12	4682,66	976,32	2285,94

В проточной воде в зарослях лотоса биомасса бентоса была на 2,8% выше, чем на открытых участках реки. В стоячей воде проценты были выше и составили до 9,8% увеличения биомассы в зарослях.

Выводы. Распространение зарослей лотоса в водном объекте увеличивает концентрации биомассы зоопланктона и бентосного сообщества, но снижает концентрации фитопланктона. Принимая во внимание, что в составе ихтиофауны рек, озер и лиманов доля фитопланктонофагов не высока можно сделать вывод, что заросли лотоса дают положительный эффект в виде увеличения продуктивности всего водоема.

Список литературы

1. Куприянова, Н. Б. Краснодарский лотос: Успешность интродукции и акклиматизации / Н. Б. Куприянова / Ресурсы региона: культурно-историческое развитие в контексте науки и образования: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Славянск-на-Кубани, 16–18 сентября 2016 года / Под редакцией М.Ю. Беляевой, Н.А. Серогодского, Н.С. Балащенко. – Славянск-на-Кубани: Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Кубанский государственный университет» в г. Славянске-на-Кубани, 2016. – С. 248-250. –

EDN YMMEFR.

2. Инструкция по сбору и обработке планктона. М.: Изд-во ВНИРО, 1971 г.
82 с.

3. Методические рекомендации по сбору и обработке материалов при гидробиологических исследованиях на пресноводных водоемах. Зоопланктон и его продукция, 1982 г.

4. Методические рекомендации по сбору и обработке материалов при гидробиологических исследованиях на пресноводных водоемах. Зообентос и его продукция, 1983 г.

ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 343.2/.7

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ РАЗМЕРА И СРОКА СУДЕБНОГО ШТРАФА

Ибрагимова Эльза Ибрагимовна

магистрант ЮМЗУ-301

ЧОУ ВО «Южный университет (ИУБиП)»,

г. Ростов-на-Дону

Семенцова Ирина Анатольевна

кандидат юридических наук, доцент

ЧОУ ВО «Южный университет (ИУБиП)»,

г. Ростов-на-Дону;

доцент, кафедры уголовного права и криминологии

Ростовский институт (филиал),

ВГУЮ (РПА Минюста России),

г. Ростов-на-Дону

***Аннотация.** Несмотря на то, что институт судебного штрафа в уголовном праве существует продолжительное время, до сих пор существуют нерешённые вопросы относительно его минимального размера и срока уплаты. В статье рассмотрены данные вопросы и сформулированы предложения по совершенствованию законодательства.*

Despite the fact that the institution of a judicial fine in criminal law has existed for a long time, there are still unresolved issues regarding its minimum size and the deadline for payment. This article examines these issues and formulates proposals for improving the legislation.

***Ключевые слова:** судебный штраф, минимальный размер, сроки уплаты, рассрочка, отсрочка, уважительность причин*

Keywords: *court fine, minimum amount, payment terms, installment plan, deferment, and valid reasons*

Проблемным является вопрос определения размера судебного штрафа, так как законодатель определяет только верхний предел денежного платежа в пользу государства.

Размер судебного штрафа не может превышать половину максимального размера штрафа, предусмотренного санкцией за конкретное преступление. В ст. 104.5. УК РФ [1] содержит положения о пределах назначения судебного штрафа, в соответствии с которой максимальная сумма судебного штрафа не должна превышать 250 тыс. рублей.

Минимальный размер судебного штрафа не установлен в уголовном законодательстве, однако в любом случае, при назначении судебного штрафа необходимо учитывать тяжесть совершенного преступления, а также иные особенности, к которым можно отнести имущественное положение осужденного [2, с. 110].

Интерес представляет следующий момент: каким образом следует исчислять размер судебного штрафа, если лицо впервые совершило несколько преступлений небольшой и средней тяжести?

При этом, согласно судебной практике, используется двоякая система исчисления:

- 1) возможно назначение общей суммы штрафа за все совершенные преступления небольшой и средней тяжести;
- 2) возможно назначение самостоятельного штрафа за каждое из совершенных преступлений, при этом сложение и поглощение штрафов не предусмотрено.

В настоящее время отечественный законодатель не предусмотрел минимальный предел и порядок определения размера судебного штрафа в случае освобождения лица от уголовной ответственности за несколько преступлений небольшой или средней тяжести.

Следует признать, что на сегодняшний день требуется установление

единых норм по вопросу назначения судебного штрафа за несколько преступлений (один судебный штраф с наличием минимального размера), поскольку освобождение от уголовной ответственности на основании ст. 76.2 УК РФ является единовременным актом, который производится в отношении одного лица.

Для решения вопросов законодательного регулирования определения сроков уплаты судебного штрафа, считается целесообразным определить четкий временной диапазон уплаты судебного штрафа. Поскольку законодателем установлен максимально возможный размер судебного штрафа, то следует исходить из этого и установить максимальный срок уплаты штрафа исходя из максимального размера штрафа.

Уклонение от уплаты судебного штрафа влечет за собой отмены судебного штрафа и привлечения лица к уголовной ответственности по соответствующей статье. Отсрочка, рассрочка и продление уплаты судебного штрафа в законе не предусмотрено, что также отличает судебный штраф от назначения наказания в виде штрафа [3, с. 639].

Представляется необходимость введения правовых норм, позволяющих применять рассрочку или отсрочку уплаты судебного штрафа с учётом исключительных обстоятельств. Более того, введение норм об отсрочке или рассрочке уплаты судебного штрафа способствовало бы индивидуализации рассматриваемой меры уголовно-правового характера, а, следовательно, имеет место в современном уголовном законодательстве.

Поскольку нередко преступления (в частности, против собственности) совершаются лицами, не имеющими постоянного источника дохода, либо находящимися в затруднительном финансовом положении, вследствие чего человек идет на преступления, дабы обеспечить себя и свою семью средствами существования. А наложение судебного штрафа в большом размере, влечёт не выплату в установленный срок, вследствие чего лицо уже подлежит привлечению к уголовной ответственности.

Таким образом, размер судебного штрафа и сроки его уплаты определяются судом. При этом в законе не определен минимальный размер судебного

штрафа, хотя определен максимальный размер. Не закреплён и конкретный срок, в течение которого освобождённое от уголовной ответственности лицо должно выплатить судебный штраф, а также возможность продления исполнения судебного штрафа.

Положения ст. 104.4 УК России позволяют утверждать, что единственное основание для отмены судебного штрафа представлено следующим образом: осуждённое лицо нарушает сроки, отведённые для уплаты.

Более того, в п. 19 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 27 июня 2013 г. №19 [4] определяются обстоятельства, которые можно признавать уважительными причинами неуплаты судебного штрафа. В частности, по мнению Верховного Суда РФ, таковыми «могут считаться такие появившиеся после вынесения постановления о прекращении уголовного дела или уголовного преследования обстоятельства, вследствие которых лицо лишено возможности выполнить соответствующие действия (например, нахождение на лечении в стационаре, утрата заработка или имущества ввиду обстоятельств, которые не зависели от этого лица)».

Все отмеченное позволяет утверждать, что разумно дополнение Постановления Пленума Верховного суда России от 27.06.2013 № 19 фразой: «... и иные обстоятельства». Здесь же важно подчеркнуть значимость уточнения соответствующих норм, связанных с возможностью продления срока, отведённого для уплаты штрафа как меры освобождения от ответственности: в иной ситуации понятие «уважительность причин» станет абсолютно бесполезным в интересующем нас контексте.

Подводя итог данного исследования, можно сделать определённые выводы.

– проблемным является вопрос определения размера судебного штрафа, так как законодатель определяет только верхний предел денежного платежа в пользу государства. В связи с этим законодателю было бы целесообразным установить чёткую систему определения размера судебного штрафа, а также установить возможный минимальный размер судебного штрафа;

– для решения вопросов законодательного регулирования определения сроков уплаты судебного штрафа считается целесообразным определить четкий временной диапазон уплаты судебного штрафа. Согласно проведенному анализу десяти уголовных дел было выявлено что чаще всего сроками уплаты штрафа суды назначают в пределах 60 дней, минимальный срок уплаты штрафа составляет 10 календарных дней. Таким образом, законодателю следовало бы установить минимальный срок уплаты штрафа в течение 10 календарных дней, а максимальным сроком определить в течение шести месяцев;

– в настоящее время отечественный законодатель не предусмотрел минимальный предел и порядок определения размера судебного штрафа в случае освобождения лица от уголовной ответственности за несколько преступлений небольшой или средней тяжести. Считаем по данным вопросам необходимо принять соответствующее разъяснение Пленума Верховного Суда РФ;

Список литературы

1. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 29.12.2025) (с изм. и доп., вступ. в силу с 20.01.2026) / Собрание законодательства РФ. - 17.06.1996. - № 25. - Ст. 2954.

2. Анощенкова С. В. Восполнение пробелов законодательства для определения размера судебного штрафа / Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. - 2023. - №3 (99). - С. 108-116.

3. Скрипченко, Н. Ю. К вопросу о последствиях неуплаты судебного штрафа / Вестник Санкт-Петербургского университета. Право. - 2020. - Т. 11. - № 3. - С. 639-650.

4. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 27.06.2013 № 19 (ред. от 29.11.2016) «О применении судами законодательства, регламентирующего основания и порядок освобождения от уголовной ответственности» / Бюллетень Верховного Суда РФ. - № 8. - август, 2013.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 339.138

THE ROLE OF EMOTIONAL TRIGGERS IN MODERN ADVERTISING: AN ANALYSIS OF GUILT, FEAR, AND VANITY AS PERSUASIVE TOOLS

Kovalchuk Olesia

Bachelor's degree

Federal State Autonomous Educational Institution for Higher Education

national research university higher school of economics

Saint Petersburg School of Economics and Management

Saint Petersburg

***Annotation.** This article analyzes the role of emotional triggers in modern advertising. Seven key emotions - guilt, fear, curiosity, envy, love, greed, and vanity - and their impact on consumer behavior are examined. Using examples of famous advertising campaigns (including works by David Ogilvy, Hathaway shirts, anti-smoking social advertising, and commercial campaigns for flowers, insurance, vacuum cleaners, airlines, jewelry, and clothing), the study demonstrates how emotional appeals are employed to enhance advertising effectiveness. The article draws on the framework proposed by Ivanov (2024) and considers the psychological mechanisms underlying each emotional trigger. Conclusions are drawn regarding the predominance of negative emotions and their stronger psychological impact on audiences. The practical significance of the work lies in its applicability for copywriters, marketers, and advertising professionals seeking to create more effective campaigns.*

***Keywords:** advertising, emotional marketing, consumer behavior, fear appeal, guilt, curiosity, envy, love, greed, vanity, David Ogilvy, emotional triggers, persuasion, social advertising*

What should modern advertising be: emotional or pragmatic? These concepts cannot be contrasted, because in reality there is no separate rational or emotional advertising, and both are always present, just in different proportions. It is very easy to make advertising pragmatic and rational, but advertisements that evoke emotions in people are very rare. An experienced advertiser knows in what proportions it is necessary to combine rationality and logic with an appeal to the emotions of the consumer. After all, wallets are opened precisely under the influence of emotions.

And here is one such example from the life of a successful copywriter and founder of the Ogilvy advertising agency, David Ogilvy [2]. A blind old man was sitting near the park, begging for alms. Next to him was a piece of cardboard on which one of his friends had written: «Give it to the blind! » Everything was at the request of advertising: a call to action, a clearly formulated request, but very rarely a coin was thrown into the hat of the petitioner. David Ogilvy, passing by, took a cardboard box and wrote one phrase on the back. A few hours later, the blind man's hat was overflowing, moreover, not only coins, but also paper bills began to appear. Next to the hat was a cardboard box with one phrase on it: «It's May, but I don't see...»

There was no call to action, the old man did not ask for anything, but the phrase touched the emotional strings of the soul, appealing to the feelings of passers-by: pity, sadness, and maybe guilt.

So, for an advertisement to work, it must evoke the emotions of the people reading it. A person will experience a lot of emotions every day, but seven will be enough for the success of advertising. And the purpose of this article is to analyze these seven key emotional triggers used in modern advertising: guilt, fear, curiosity, envy, love, greed, and vanity [1].

The Guilt Trap

Living with guilt is like sitting behind the wheel of a car that only goes in reverse. And sellers know this, turning guilt into a powerful psychological weapon. And if, being next to a person, it is easy enough to influence his emotions, then at first glance it is almost impossible to do this through leaflets or banners.

And yet there are many such examples. Guilt is the main engine in social

advertising [3]. Here is one of these ads:



Picture 1 - Guilt as the main driver in social advertising

Such an advertisement may not work on a person who cares about the environment, but is it able to instill in the soul of a person who saw his actions in the advertisement a spark of awkwardness, embarrassment and ultimately a sense of guilt? Very likely.

But what if it's not social advertising? What other advertisement can make a person feel guilty? In fact, any one, you just need to find which audience to appeal to, and flower shops know this. The banners of the flower shop seem to promise that that work romance with the secretary or an unplanned weekend trip on a business trip will remain a secret. Posters put pressure on guilt and immediately offer a way to put it out.



Picture 2 - Guilty driven advertisement of a flower shop

The advertisement is scary

Fear is a very unpleasant feeling. And people are willing to pay money to get rid of it. Sometimes quite a lot.

Changing a person's habits is a very difficult task. It is fear that helps to break through these layers of indifference and cynicism.

This is what an ad created by an anti-smoking campaign looks like:



Picture 3 - Example of an anti-smoking campaign

But with the help of fear, you can not only force people to switch to a healthy lifestyle. It is the feeling of fear that helps to sell vacuum cleaners, fear for the health of a loved one, namely the daughter in the advertisement below.

"Look who sleeps with your daughter," says the phrase from the layout.



Picture 4 - Fear driven advertisement of a vacuum cleaner

Thus, we can conclude that even negative emotions [4] can force us to buy a particular product, and experienced marketers and copywriters always know at what

moment and which of our emotions need to be pressed so that we do what they want us to do without hesitation.

The cure for boredom

Below is one of the best and most famous works by David Ogilvy. The advertising of Hathaway shirts, which in 8 years has increased their sales by almost 2.5 times – from \$5 million to \$13 million [5].



Picture 5 - One the most famous works of David Ogilvy

Why sales increased so much after advertising, no one can give an exact answer, but one of them sounds like: "Everyone was wondering who this man was, why he didn't have an eye, how he lost it, and most importantly, why he advertises these shirts." It is clear that after buying these shirts, customers did not find answers to their questions, but because of these questions, they went to those stores and bought their shirts.

Your envy has a color

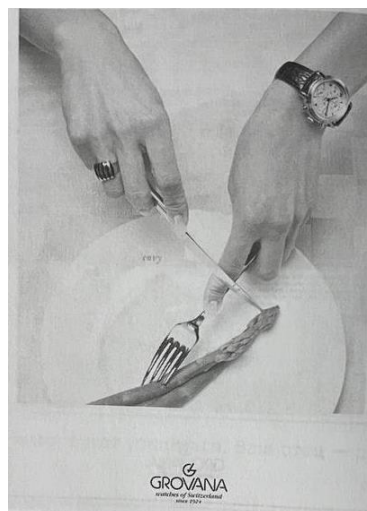
There is hardly a person in the world who has never envied anyone. Envy (no matter black or white) can encourage us to do incredible things, it can be a motivator to win competitions or an argument, but it can also be the cause of quarrels and meanness. But most importantly, this feeling can make us spend money on things that we don't really need. And sellers know this and skillfully turn envy into the main motivator of purchases [6].

So, for each of its destinations, a Dutch broker selling cheap airline tickets ordered T-shirts with specially selected inscriptions (Picture 6). A couple of young people appeared in such T-shirts, for example, on a flight that goes to Spain. How does a tourist feel when he sees a man in front of him with a T-shirt that says: "Hey, I'm flying to Madrid for only 49 euros"? Envy. He will definitely remember the website on the T-shirt, so that later he can buy tickets there and become the object of universal envy himself.



Picture 6 - Envy provoking ads on T-shirts

But you can envy not only others, Swiss watches are so elegant that they can put your left hand at odds with your right. (Picture 7)



Picture 7 - The example of the advertisement of Swiss watches

We have been taught since childhood that envy is a bad feeling, we do not need

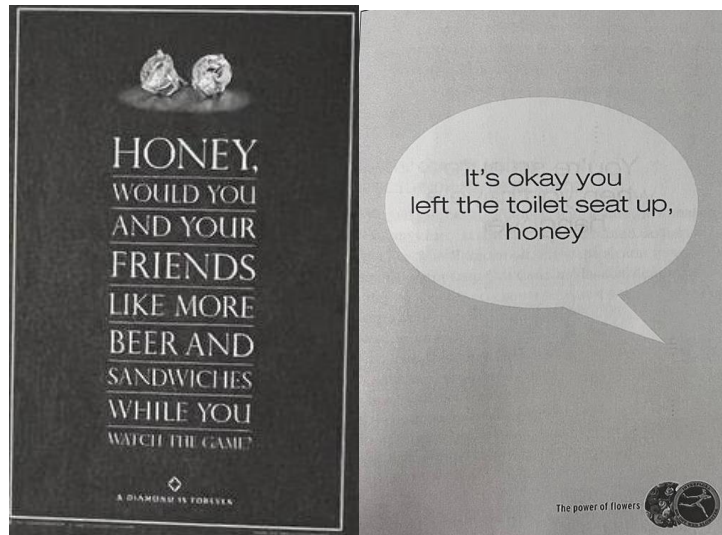
to look at other people's lives and even more so envy others. But as can be seen from the examples, this human factor, unfortunately, does not change over time, and people are willing to advertise products or services that allow them to become the object of envy.

Love in promotion

Before that, most of the emotional engines of advertising consisted of negative human emotions. This chapter is about love.

Love can move mountains, but love also makes us spend, open our wallets and sometimes give away considerable sums in the name of love [7].

Jewelry and flower shops use love as the main motivator to buy in their advertisements (Picture 8).



Picture 8 - The work of love in advertising

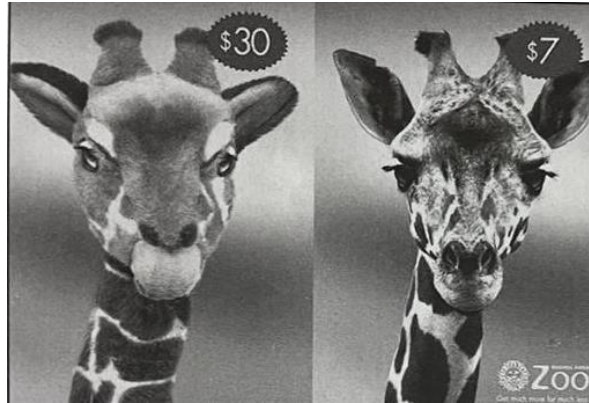
Incredibly touching and emotional moments, lines that evoke nostalgia or awaken warm feelings in us, calmly find their place in commercial advertising, selling him first of all these emotions, love, and then the product itself.

The most monetary passion

Greed is the topic of this chapter. This emotional hook is so universal that it works for any audience. From simple housewives to the largest businessmen on the Forbes list. There is no product category in which it would be impossible to touch the strings of human greed and get excellent results [9].

If there is no difference, why pay more? This idea is carried by the following

advertisement (Picture 9):



Picture 9 - The example of the advertising of the Buenos Aires Zoo

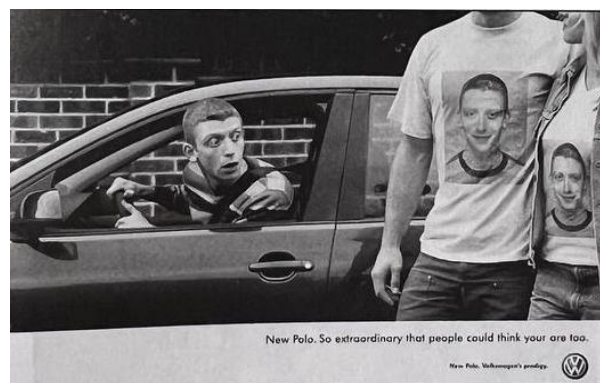
"Get more for less money." Under this motto, the Buenos Aires Zoo launched a campaign advertisement (Appendix 19). Argentine advertisers have found plush toys that look like real animals. And we compared their cost with the price of an entrance ticket to the zoo.

Does such advertising work? Yes. An overly powerful emotional factor underlies it.

No matter how much we condemn greed in people, no matter how we teach others and ourselves that we need to be generous, not greedy and not greedy, greed does not have a set minus sign once and for all and calmly finds its place in advertising.

The great craving for excellence

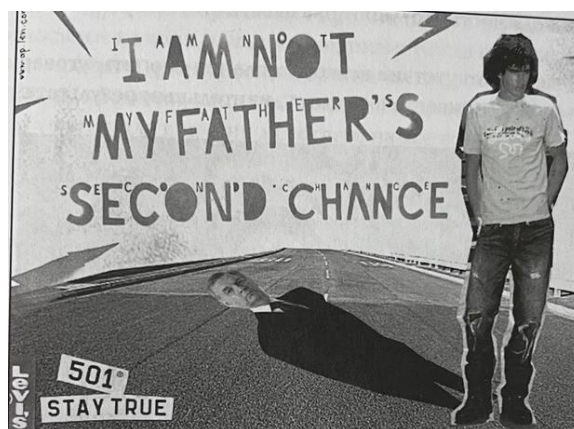
Most of any social communication these days is devoted to the game of transmitting and processing signals about personal status in the hierarchy [8], about how others see them (Picture 10). It is obvious that the owners of luxury yachts do not satisfy the need for a water vehicle, but some other important need.



Picture 10 - The example of Volkswagen advertisement

There are quite a few people who view any communication as rivalry. As a way to assert yourself and rise above others. It is for such people that advertisers and copywriters take vanity and a sense of superiority as the basis of their advertising.

Teenage rebellion is coming here too. Feeling superior to your parents, that you are not like them, you are smarter, better, and you are not their second chance. This is exactly the idea that Levis sellers (Picture 11) took.



Picture 11 - Teenage rebellion as the basis for Levis advertising

Vanity is another of the vicious human feelings that we despise in others, but, strangely enough, it is it that is the driving force of many companies and catches its customers on the bait of "superiority".

Conclusion

So, to increase the effectiveness of advertising, you need to use at least one of the seven "emotional springs": envy, curiosity, love, fear, vanity, greed or guilt. But why is it that of all the emotions that are the main engines of advertising, most of them are negative? I think the answer is that negative emotions, firstly, unfortunately, occur more often in our lives, secondly, they are stronger than positive ones, and thirdly, because they are more difficult to control at the moment, more difficult to manage. Sellers and copywriters know this, which is why we so often buy things or purchase services that we don't even use in the end. And all this is due to the fact that we could not stop ourselves at the moment of reading the advertisement, could not cope with the feelings caused and eventually fell for the emotional hook.

References

1. Алексей Иванов. Реклама, Игра на эмоциях. Москва: Альпина Пабlishер

- 2024. - 237 с.

2. «Дэвид Огилви: человек, который заставил мир поверить в рекламу» [Electronic resource]: (2024). URL: <https://vc.ru/marketing/1115978-devid-ogilvi-chelovek-kotoryi-zastavil-mir-poverit-v-reklamu> (date of application: 10.02.2026)

3. «Страх, стыд и чувство вины: как бренды использовали токсичные эмоции в рекламе» [Electronic resource]: (2024). URL: <https://dzen.ru/a/ZobHWwmNoTa4VFAi> (date of application: 10.02.2026)

4. «Манипулирование эмоциями: как маркетинг использует страх, удовольствие или гнев для продвижения продуктов» [Electronic resource]: (2023). URL: <https://dzen.ru/a/ZFOgwak4bW9S5mIx> (date of application: 11.02.2026)

5. «Роскошный мужчина с повязкой на глазу: как возник один из самых успешных рекламных образов в мужской моде XX века» [Electronic resource]: (2021). URL: <https://www.pravilamag.ru/life-style/169513-roskoshnyy-muzhchina-s-povyazkoj-na-glazu-kak-voznik-odin-iz-samyh-uspeshnyh-reklamnyh-obrazov-v-muzhskoy-mode-xx-veka/> (date of application: 11.02.2026)

6. «Зависть – вечный двигатель продаж» [Electronic resource]: (2014). URL: <https://www.klerk.ru/boss/articles/363385/> (date of application: 13.02.2026)

7. «Любовь в рекламе» [Electronic resource]: (2024). URL: https://adindex.ru/tv/in_trend/320466.phtml (date of application: 13.02.2026)

8. «Манипуляция тщеславием. Почему модели, рекламирующие люксовые товары, смотрят на Вас с презрением?» [Electronic resource]: (2023). URL: <https://dzen.ru/a/ZQRSO54rUVQI8IoL> (date of application: 17.02.2026)

9. «Жадность как инструмент рекламы» [Electronic resource]. URL: <https://econ.wikireading.ru/69280> (date of application: 17.02.2026)

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 316

**АНАЛИЗ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЙ БАЗЫ И ТЕКУЩИХ
ПРОЦЕССОВ ФИНАНСОВОГО ОТДЕЛА МИНИСТЕРСТВА
ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ):
ПУТИ ЦИФРОВИЗАЦИИ**

Кривошапкин Федот Петрович

магистрант

Научный руководитель: Романова Оксана Дмитриевна,

к.с.н. доцент

ФГАОУ ВО «Северо-Восточный Федеральный университет

им. М. К. Аммосова», город Якутск

***Аннотация.** В статье проведён анализ нормативно-правового регулирования бюджетного процесса в Республике Саха (Якутия) и текущих бизнес-процессов отдела планирования и финансового обеспечения Министерства образования и науки РС(Я). Выявлены ключевые проблемы в работе отдела, связанные с ручным вводом данных, дублированием информации и временными потерями. Предложены меры по цифровизации и оптимизации процессов с учётом специфики государственного сектора.*

The article analyzes the legal regulation of the budget process in the Republic of Sakha (Yakutia) and the current business processes of the Planning and Financial Support Department of the Ministry of Education and Science of the RS (Ya). The key problems in the department's work related to manual data entry, duplication of information and temporary losses have been identified. Measures for digitalization and optimization of processes are proposed, taking into account the specifics of the public sector.

Ключевые слова: *бюджетный процесс, Республика Саха (Якутия), цифровизация, автоматизация, информационные системы*

Keywords: *budget process, Republic of Sakha (Yakutia), digitalization, automation, information systems*

Актуальность исследования обусловлена необходимостью повышения эффективности бюджетного процесса в государственных учреждениях через внедрение цифровых технологий. Цель работы — проанализировать нормативно-правовую базу и текущие процессы финансового отдела Министерства образования и науки РС(Я), выявить узкие места и предложить меры по их оптимизации.

Задачи исследования: изучить нормативно-правовое регулирование бюджетного процесса в РС(Я), проанализировать бизнес-процессы отдела планирования и финансового обеспечения, оценить используемые информационные системы, выявить основные потери и проблемы в работе отдела, разработать предложения по цифровизации процессов.

Методы исследования: наблюдение, интервьюирование сотрудников, анализ документов, моделирование бизнес-процессов (BPMN), сравнительный анализ программных решений.

1. Нормативно-правовое регулирование бюджетного процесса в Республике Саха (Якутия). Бюджетный процесс в РС(Я) регулируется федеральным и региональным законодательством. Ключевой документ — Закон РС(Я) от 05.02.2014 № 1280-3 № 111-V «О бюджетном устройстве и бюджетном процессе в Республике Саха (Якутия)».

Бюджетная система РС(Я) включает государственный бюджет РС(Я) и бюджет ТФОМС и местные бюджеты (муниципальных районов, городских округов, поселений).

Участники бюджетного процесса (ст. 38 Закона РС(Я)): Глава РС(Я); Государственное Собрание (Ил Тумэн); Правительство РС(Я); Министерство финансов РС(Я); Счётная палата РС(Я) и др.

Регулирующие документы: Бюджетный кодекс РФ; федеральные законы о

бюджете; законы РС(Я) о бюджете на финансовый год; постановления Правительства РС(Я) (например, № 240 от 22.04.2022); приказы Министерства финансов РС(Я) (например, № 01-04/121-Н от 30.01.2024).

2. Анализ бизнес-процессов финансового отдела. Отдел планирования и финансового обеспечения Министерства образования и науки РС(Я) выполняет следующие функции:

- разработка и согласование нормативно-правовых актов;
- формирование реестра расходных обязательств и кассового плана;
- финансирование межбюджетных трансфертов и субсидий;
- методическое сопровождение подведомственных организаций;
- мониторинг финансового менеджмента и отчётности (формы № ЗП-образование, № ЗП-наука);
- работа с информационными системами («Бюджет-СМАРТ Про», ГИИС «Электронный бюджет» и др.).

3. Оценка используемых информационных систем. Отдел использует следующие системы:

- ЕСЭД РС(Я) — электронный документооборот.
- «Бюджет-СМАРТ Про» — планирование и исполнение бюджетов.
- «Свод-СМАРТ» — консолидация отчётности.
- «Проект-СМАРТ Про» — управление госпрограммами.
- ГИИС «Электронный бюджет» — управление общественными финансами.
- «ViPNet Деловая почта» — защищённый обмен письмами.

4. Выявленные проблемы и потери. Типовые процессы, требующие автоматизации: свод статистических данных от муниципальных образований, сбор расчётов для формирования госзаданий, направление официальных писем и отчётов, составление типовых документов (отчётов, презентаций), перенос данных в программные комплексы.

Виды потерь:

– Временные: задержки из-за ручным вводом, избыточных согласований, перебоев связи.

– Коммуникативные: несвоевременное предоставление отчётов, отсутствие чётких сроков.

– Функциональные: ошибки при ручном вводе, дублирование данных, низкая мотивация сотрудников из-за рутины.

5. Предложения по цифровизации. Основные направления:

1. Автоматизация сбора данных: единая веб-платформа с валидацией, интеграция с Excel и онлайн-формами.

2. Оптимизация документооборота: интеграция ЕСЭД с внешними сервисами, маршруты согласования с временными лимитами, ЭЦП.

3. Доработка программных комплексов: API-интеграции между системами, централизованное хранилище данных.

4. Модернизация инфраструктуры: обновление оборудования, резервный интернет-канал, облачные решения.

5. Стандартизация: шаблоны документов с автозаполнением, автоматические проверки расчётов.

6. Улучшение коммуникации: чёткие сроки отчётности, уведомления, вебинары для муниципальных органов.

Рекомендуемые решения доработка существующих систем («Бюджет-СМАРТ Про», «Проект-СМАРТ Про»), внедрение дашбордов для мониторинга KPI, обучение сотрудников новым инструментам.

6. Ожидаемые результаты

Количественные показатели: сокращение сроков обработки документов на 30–50 %, снижение трудоёмкости рутинных операций на 40–60 %, уменьшение ошибок на 70 %, экономия затрат на бумажный документооборот на 80 %, высвобождение до 25 % рабочего времени сотрудников.

Качественные изменения: повышение прозрачности и скорости принятия решений, стандартизация процессов и форматов документов, улучшение взаимодействия с муниципальными органами, централизация данных и повышение

информационной безопасности.

В ходе исследования: изучена нормативно-правовая база бюджетного процесса РС(Я), проанализированы бизнес-процессы и информационные системы отдела, выявлены ключевые проблемы и потери, разработаны конкретные предложения по цифровизации.

Реализация предложенных мер позволит повысить эффективность работы отдела, сократить временные и ресурсные затраты, сосредоточить усилия на стратегических задачах развития образования в регионе.

Перспективы дальнейших исследований: изучение опыта других регионов по цифровизации бюджетного процесса, оценка экономической эффективности предложенных мер.

Список литературы

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации.
2. Конституция Российской Федерации.
3. Конституция Республики Саха (Якутия).
4. Закон Республики Саха (Якутия) от 05.02.2014 № 1280-З № 111-V «О бюджетном устройстве и бюджетном процессе в Республике Саха (Якутия)».
5. Закон Республики Саха (Якутия) от 05.12.2023 № 2678-З № 31-VII «О государственном бюджете Республики Саха (Якутия) на 2024 год и на плановый период 2025 и 2026 годов».
6. Приказ Министерства финансов Республики Саха (Якутия) от 30.01.2024 № 01-04/121-Н «Об утверждении Порядка составления и ведения сводной бюджетной росписи государственного бюджета Республики Саха (Якутия)».

УДК 336

**ВНЕДРЕНИЕ МОДУЛЯ «ШКОЛЬНОЕ ПИТАНИЕ В
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ШКОЛЫ РЕСПУБЛИКИ
САХА (ЯКУТИЯ)»**

**Кривошапкин Федот Петрович
Платонова Надежда Тимофеевна
Белолобская Сардана Романовна**

магистранты

Научный руководитель: Романова Оксана Дмитриевна,
доцент кафедры Социологии и управления персоналом ФЭИ, к.социол.н
ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет
имени М. К. Аммосова», город Якутск

***Аннотация.** В статье рассматриваются теоретические и практические аспекты внедрения автоматизированной информационной системы школьного питания в образовательных учреждениях Республики Саха (Якутия). Анализируются проблемы существующей системы, обосновывается необходимость цифровизации и описываются ожидаемые результаты внедрения.*

This article examines the theoretical and practical aspects of implementing an automated school nutrition information system in educational institutions in the Republic of Sakha (Yakutia). It analyzes the challenges of the existing system, substantiates the need for digitalization, and describes the expected results of the implementation.

***Ключевые слова:** школьное питание, цифровизация, автоматизация, информационные системы, образование*

***Keywords:** school meals, digitalization, automation, information systems, education*

Цель внедрения модуля - обеспечение комплексного решения по автоматизации учёта и контроля школьного питания в общеобразовательных организациях.

Задачи: автоматизация процесса назначения заказов, учет фактического потребления питания учащимися, корректировка информации по заказам и фактическому потреблению питания учащимися, ведение родительского контроля питания ребенка с возможностью просмотра фото контрольного блюда и возможностью ознакомления с описанием комплекса питания на выбранную дату, ведение лицевых счетов учащихся с возможностью их пополнения, корректировки и списания с них средств за исполненные заказы, прозрачность всех операций со счетами, формирование таблиц и отчетов.

Объектами автоматизации станут следующие процессы:

- процесс формирования предварительных заказов с учетом типов питания и типов льгот учащихся;
- процесс формирования заказов на день с учётом посещаемости учащихся в этот день;
- процесс формирования фактов питания с учётом посещения учащимися столовой;
- процесс ведения родительского контроля за питанием ребенка;
- процессы пополнения средств на лицевых счетах учащихся и снятия средств за факт питания;
- процесс корректировки средств на лицевом счету учащихся;
- процесс учета дотаций и льгот на питание, частичная или полная компенсация средств за питание при помощи бюджетных платежей;
- процесс учёта посещаемости столовой, формирования ведомостей на выдачу питания учащимся.

Цифровизация школьного питания представляет собой проект, направленный на улучшение качества и безопасности пищевых продуктов, повышение эффективности управления ресурсами и упрощение процесса

организации питания для учащихся школ. В рамках такого проекта можно выделить несколько ключевых аспектов экономики:

1. Инвестиции: оборудование, программное обеспечение, образование персонала.
2. Экономия ресурсов: уменьшение отходов, энергоэффективность.
3. Качество и безопасность продуктов: контроль качества, прозрачность.
4. Повышение эффективности управления: автоматизация, аналитика.
5. Финансовый контроль: бюджетирование, отчетность.
6. Социальный эффект: здоровье учащихся, удовлетворенность родителей.

В целом цифровизация школьного питания является инвестицией в будущее, которая не только улучшает качество услуг, но и способствует долгосрочной экономической выгоде за счет снижения затрат и повышения эффективности. Дети в возрасте от 1 до 18 лет находятся в стадии активного роста и развития, что делает их потребности в питательных веществах особенно высокими. Правильное питание играет ключевую роль в формировании здоровья, физической активности и когнитивных способностей.

В Российской Федерации организация питания школьников регулируется рядом нормативных правовых актов, включая Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации». Данный закон устанавливает общие принципы организации питания учащихся образовательных учреждений, а также обеспечивает право детей на получение качественного и безопасного питания. На региональном уровне могут действовать дополнительные нормативные акты, регламентирующие организацию питания школьников. Например, в Республике Саха (Якутия) действует Постановление Правительства Республики Саха (Якутия) от 26 июля 2013 года № 243 «О мерах по совершенствованию организации питания обучающихся в государственных и муниципальных общеобразовательных учреждениях Республики Саха (Якутия)», которое определяет порядок предоставления бесплатного горячего питания учащимся начальных классов и льгот при оплате питания школьникам из малоимущих семей.

Для изучения лучших практик в других регионах можно обратиться к опыту таких субъектов РФ, как Москва, Санкт-Петербург, Татарстан и др., где активно развиваются программы улучшения качества школьного питания, вводятся новые технологии и методики, направленные на повышение уровня безопасности и здоровья детей.

Организация питания школьников в Якутии является важной частью образовательного процесса и здоровья подрастающего поколения. Учитывая климатические и культурные особенности региона, питание должно быть разнообразным, сбалансированным и соответствовать потребностям детей.

В Якутии, как и в других регионах России, питание школьников регулируется федеральными и региональными нормативными актами.

Среди проблем в организации питания можно выделить:

– недостаток финансирования: Многие школы сталкиваются с ограниченным бюджетом на питание, что затрудняет обеспечение качественных продуктов;

– нехватка квалифицированных кадров: в некоторых учреждениях недостаточно специалистов по организации питания, что может сказаться на качестве блюд;

– соблюдение норм: не всегда удается строго соблюдать санитарные нормы из-за условий удаленности и нехватки ресурсов.

В настоящий момент в Республике Саха (Якутия) функционирует 686 школ, в которых обучаются 153 634 школьника.

Автоматизированная информационная система (АИС) «Школьное питание» в автоматизированной системе управления системой образования Республики Саха (Якутия) необходимо образовательным организациям для автоматизации учета, контроля и управления финансовыми и материальными потоками при организации школьного питания; переходе на безналичную систему оплаты питания; контроле расходования бюджетных средств на организацию питания. Цифровизация школьного питания предполагает использование цифровых технологий для оптимизации процессов в сфере организации питания школьников.

Одним из направлений цифровизации является онлайн-оплата и личные карточки учеников. Ученики могут рассчитываться в столовых, буфетах и кафе, а родители — контролировать расход и поступление средств через личный кабинет и мобильное приложение. Модуль «Школьное Питание» должен быть реализован в виде веб-приложения в АИС «Сетевой город. Образование». Модуль «Школьное Питание» должен работать исключительно со списками пользователей и образовательных организаций, получаемых из АИС «Сетевой город. Образование».

Жизненный цикл заказов на питание с использованием АИС «Школьное питание» должен выглядеть следующим образом.

В начале учебного года пользователь с ролью ответственного за питание формирует предварительные заказы. Предварительные заказы можно назначать вплоть до конца учебного года – позже их можно будет отредактировать, и до формирования заказа они нигде не учитываются. Предварительные заказы также могут формировать пользователи с ролями: директор школы, классный руководитель, родитель (если поставщик питания разрешил данную функциональность в настройках).

«Школьное питание» гибко настраивается на нужды учебного заведения:

- рабочее место пользователя «Школьного питания» может иметь любую операционную систему;
- можно вывести информацию на печать или в Microsoft Excel для последующей обработки;
- имеется возможность быстрой загрузки информации о родительских платежах, сделанных до внедрения «Школьного питания»;
- возможность оперативно учитывать изменения в заказах и фактах.

Внедрение АИС «Школьное питание» может привести к нескольким ожидаемым результатам, которые положительно повлияют на здоровье учащихся: улучшение качества питания; сбалансированное меню; контроль за питанием; снижение пищевых отходов; увеличение информированности родителей и учащихся. Реализация модуля позволит повысить качество питания учащихся,

улучшить их здоровье и учебные результаты. Внедрение современных технологий и стандартов в процесс организации школьного питания будет способствовать сокращению расходов на медицинское обслуживание и повышению эффективности использования бюджетных средств.

Данный модуль успешно дополнит АИС «Сетевой город. Образование», позволяя нарастить функционал системы, тем самым увеличить ее конкурентоспособность. Система будет иметь возможности покрытия автоматизацией всех процессов, связанных со школьным питанием.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 года);

2. Федеральный закон от 24 июля 1998 года № 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации»;

3. Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

4. Постановление Правительства Республики Саха (Якутия) от 19 октября 2022 года № 642 «Об утверждении порядка организации питания обучающихся, получающих начальное общее, основное общее и среднее общее образование в государственных образовательных организациях» (с изменениями на 1 декабря 2023 года);

5. Постановление Окружной администрации города Якутска от 14 октября 2022 года № 313п «Об утверждении Положения об организации питания обучающихся в муниципальных образовательных учреждениях городского округа «город Якутск», реализующих программы начального общего, основного общего и среднего общего образования» (с изменениями на 5 марта 2024 года).

**«ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В СОВРЕМЕННОЙ
НАУКЕ: НОВЫЕ ПОДХОДЫ И АКТУАЛЬНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ»**

IX Международная научно-практическая конференция

Научное издание

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 25.02.2026 г. Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 2,5
Бумага офсетная. Печать: цифровая. Гарнитура шрифта: Times New Roman
Тираж 50 экз. Заказ 282