
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

№6 июнь, 2022

Ежемесячное научное издание

«Редакция Евразийского научного журнала»
Санкт-Петербург 2022

(ISSN) 2410-7255

Евразийский научный журнал
№6 июнь, 2022

Ежемесячное научное издание.

Зарегистрировано в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Свидетельство о регистрации средства массовой информации
ПИ №ФС77-64058 от 25 декабря 2015 г.

Адрес редакции:
192242, г. Санкт-Петербург, ул. Будапештская, д. 11
E-mail: info@journalPro.ru

Главный редактор Золотарева Софья Андреевна

Адрес страницы в сети Интернет: journalPro.ru

Публикуемые статьи рецензируются
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей
Ответственность за достоверность изложенной в статьях информации
несут авторы
Работы публикуются в авторской редакции
При перепечатке ссылка на журнал обязательна

© Авторы статей, 2022
© Редакция Евразийского научного журнала, 2022

Содержание

Содержание	3
Педагогические науки	4
Интерактивные методы обучения	4
Методика и организация учебно-тренировочного процесса с юными фехтовальщиками	6
Экономические науки	10
Инструменты оценки рисков экономической безопасности малых предприятий	10
Институционально-правовые аспекты государства в обеспечении экономических интересов страны	13
Анализ активности НКО Нижегородской области в сфере занятости населения	16
Модели налогового консультирования	21
Теоретико-практические аспекты исследования технологий брендинга	24
Брендинг как механизм повышения конкурентоспособности	27
Науки о земле	29
Гипотеза о гелиомагнитной гравитации	29

Интерактивные методы обучения

Егшатын Марина Ивановна
Титова Елена Равилевна

В настоящее время подход к обучению должен ориентировать на внесение в процесс обучения методических инноваций, которые обусловлены особенностями динамики развития жизни и деятельности.

Методические инновации связаны в настоящее время с применением интерактивных методов обучения. Интерактивные методы ориентированы на широкое взаимодействие учащихся не только с преподавателем, но и друг с другом в процессе обучения. Эти методы наиболее соответствуют личностно-ориентированному подходу в обучении. Преподаватель часто выступает лишь в роли организатора процесса обучения, создателя условий для инициативы учащихся.

Интерактивный метод обучения состоит в том, что учебный процесс организован так, что практически каждый учащийся оказывается вовлечен в процесс познания. Совместная деятельность студентов в процессе познания, освоения учебного материала означает, что каждый вносит свой особый индивидуальный вклад, идет обмен знаниями, идеями, способами деятельности.

При применении интерактивных методов у студентов:

- поднимается интерес к учебному процессу, усвоению материала;
- осуществляется обратная связь;
- формируются мнения и взгляды;
- жизненные навыки.

В образовании существует три формы взаимодействия преподавателя и студентов: пассивный метод, активный метод, интерактивный метод.

Пассивный метод — это форма взаимодействия учащихся и преподавателя, в которой преподаватель является основным действующим лицом и управляющим ходом урока, а учащиеся выступают в роли пассивных слушателей, подчиненных директивам учителя. Связь преподавателя с учащимися в пассивных уроках осуществляется посредством опросов на уроке, самостоятельных, контрольных работ, тестов и т. д.

Интерактивный метод означает взаимодействовать, находиться в режиме беседы, диалога с кем-либо. Другими словами, в отличие от активных методов, интерактивные ориентированы на более широкое взаимодействие учеников не только с учителем, но и друг с другом и на доминирование активности учащихся в процессе обучения.

Активный метод — это форма взаимодействия учащихся и преподавателя, в которой преподаватель и учащиеся взаимодействуют друг с другом в ходе урока. Учащиеся здесь не пассивные слушатели, а активные участники урока. Если в пассивном уроке основным действующим лицом урока был преподаватель, то здесь преподаватель и учащиеся находятся на равных правах. Если пассивные методы предполагали авторитарный стиль взаимодействия, то активные больше предполагают демократический стиль.

Место преподавателя в интерактивных уроках сводится к направлению деятельности учащихся на достижение целей занятия.

Главными составляющими интерактивных уроков в образовательном процессе являются интерактивные упражнения и задания, которые выполняются учащимися. Существенная разница

интерактивных упражнений и заданий от обычных в том, что, выполняя их, учащийся не только и не столько закрепляют уже изученный материал, сколько изучают новый

Интерактивное обучение позволяет решать ряд задач.

В первую очередь решается информационная задача, т.к. в ходе изучения правил поведения в каждой конкретной ситуации обучающиеся получают нужную информацию, которая поможет им правильно действовать в реальной жизненной ситуации.

Во-вторых, решаются обучающие задачи, т.к. интерактивное обучение развивает общие умения и навыки.

В-третьих, обеспечивается решение воспитательных задач, т.к. выполняя требования и команды, обучающиеся приучаются прислушиваться к чужому мнению, в первую очередь — опытных взрослых людей.

В-четвертых, решается коммуникативная задача, обучающиеся, усвоив посредством современных электронных обучающих средств нужную информацию, могут передавать ее другим. А установление эмоциональных контактов в процессе обмена информацией способствует развитию их коммуникативных умений и навыков.

Методика и организация учебно-тренировочного процесса с юными фехтовальщиками

Саумова М.В.

студент факультета физической культуры
ФГБОУ ВО «Смоленская государственная академия
физической культуры, спорта и туризма»

E-mail: manana.saumova00@mail.ru

Россия, Смоленск

УДК 796.86

Аннотация: изучение подвижных игр как средства физического воспитания юных фехтовальщиков становится особенно актуальным, поскольку их использование в учебно-тренировочном процессе позволит более эффективно решать задачи повышения физической подготовленности спортсменов.

Введение подвижных игр требует знания методики обучения, а также особенностей и других не менее важных условий. Проведение исследований по подбору и использованию подвижных игр, развивающих необходимые двигательные качества и навыки юных фехтовальщиков, является своевременным и актуальным вопросом.

Ключевые слова: фехтование, боевые искусства, бой, спортивный прием, развитие, умение, навык, укрепление здоровья.

Abstract: the study of outdoor games as a means of physical education of young fencers is becoming especially relevant, since their use in the educational and training process will more effectively solve the problems of improving the physical fitness of athletes.

The introduction of outdoor games requires knowledge of the teaching methodology, as well as features and other equally important conditions. Conducting research on the selection and use of outdoor games that develop the necessary motor qualities and skills of young fencers is a timely and relevant issue.

Keywords: fencing, martial arts, combat, sports reception, development, skill, skill, health promotion.

Фехтование — это ациклический, трудно координируемый вид боевых искусств. Процесс обучения фехтованию — это, прежде всего, процесс технического и тактического совершенствования спортсмена, который начинается в юном возрасте и продолжается до конца его спортивной карьеры. Любой фехтовальный бой — это, прежде всего, взаимодействие клинков противника с множеством тонких, хитроумных движений и приемов, что принципиально отличает фехтование от единоборств с применением тяжелого оружия [5, с. 196].

Специальная подготовка по фехтованию является неотъемлемой частью разносторонней подготовки. В едином учебно-подготовительном процессе фехтовальщиков происходит параллельное гармоничное развитие навыков и умений, необходимых для дальнейшей соревновательной практики. Основной упор на этом этапе обучения делается на развитие силы воли, готовности к бою.

С помощью упражнений с партнером, максимально приближенных к условиям боя, тренировочных и тренировочных боев, изучаются приемы фехтования с учетом тактического аспекта во временной и пространственной зависимости от партнера.

Специальная подготовка служит всестороннему развитию специальных навыков фехтования, совершенствованию всего технического и тактического репертуара. Для развития функциональных качеств, в первую очередь, служат специальные упражнения на развитие скорости и скоростной выносливости.

Целью тренировок на уровне высшего спортивного мастерства является достижение самых высоких спортивных результатов. Здесь необходимо максимально развить навыки и умения. На этом этапе подготовки подготовка фехтовальщиков становится все более индивидуальной.

Спортсмен специализируется на тех действиях, в когорте которых он преуспевает лучше всего, и отрабатывает их на индивидуальных занятиях с тренером. Совершенствование и стабилизация боевых навыков осуществляется в основном в условиях, максимально приближенных к боевым. На каждом этапе тренировок спортсмен получает необходимые теоретические знания.

Подготовка фехтовальщиков на возрастных этапах должна основываться на знаниях о закономерностях развития организма подростков, сенситивных периодах развития двигательных и психофизиологических качеств. Объективные данные о возрастной динамике указанных свойств фехтовальщиков, наряду с достоверными показателями использования действий в поединках, должны лечь в основу учебно-тренировочного процесса.

Дальнейшее развитие фехтования в стране и повышение уровня спортивного мастерства во многом зависят от качества подготовки резервистов. Перед тренерами, работающими с юными фехтовальщиками, стоит важная задача — подготовить мастеров фехтования, способных добиваться высоких результатов в условиях растущей конкуренции на всесоюзных и международных соревнованиях. Одним из необходимых условий успешного решения этой задачи является рациональное построение всей системы многолетней подготовки и правильное сочетание всех ее компонентов с учетом возрастных особенностей юных фехтовальщиков.

В связи с неуклонным снижением возраста спортсменов, которые в настоящее время составляют национальные сборные страны, перед методикой юношеского фехтовального спорта возникает ряд проблем — с какого возраста следует начинать специализированную подготовку и как ее проводить, на каких этапах, с преимущественным использованием каких средств и методы. Опыт работы с юными фехтовальщиками показывает, что фехтовальщики начинают демонстрировать относительно стабильные успехи на уровне мастера спорта в возрасте 18-20 лет. Возраст юношей и девушек для поступления в группы начальной подготовки специализированных образовательных организаций или отделения фехтования комплексной СШОР составляет 10-12 лет. Как должен строиться учебно-тренировочный процесс с этими юношами и девушками, чтобы к 18-20 годам подготовить и воспитать мастеров спорта из перспективных молодых спортсменов?

В теории и методике детско-юношеского спорта в соответствии с возрастными особенностями физического развития установлены и научно обоснованы следующие этапы подготовки юных спортсменов:

- Этап 1 — предварительная подготовка;
- Этап 2 — начальная спортивная специализация;
- Этап 3 — углубленная специализация;
- Этап 4 — спортивное совершенствование.

В соответствии с этой периодизацией строится многолетняя подготовка юных спортсменов по фехтованию.

Этап предварительной подготовки юного фехтовальщика начинается в возрасте 9-10 лет и продолжается до поступления детей в группы СШОР.

Основной задачей этого этапа является укрепление здоровья, разностороннее физическое развитие, овладение двигательными навыками, воспитание основных двигательных качеств, привитие интереса к физическим упражнениям и фехтованию.

Непосредственные физические упражнения на этом этапе проводятся на уроках физкультуры в школе. Тренер по фехтованию, который должен будет записаться в группы начальной спортивной

специализации, в контакте с учителем физкультуры школы проводит необходимые наблюдения на уроках для мальчиков и девочек, выявляет их двигательные способности, необходимые для успешного овладения фехтованием, и прививает таким детям интерес к занятиям этим видом спорта.

Последующие этапы подготовки — начальная спортивная специализация, углубленная специализация и спортивное совершенствование проводятся в системе специализированных ССО, отделениях фехтования комплексных ССО, детско-юношеских спортивных школах, школах высшего спортивного мастерства и группах олимпийского резерва [6, с. 88].

Особенно важными в технической подготовке юных фехтовальщиков являются эмоциональные, и прежде всего игровые, формы специальных упражнений. На этапе начальной специализации наиболее подходящими являются четыре типа упражнений:

1. Выполнение приемов и действий с оценкой. Система оценки, особенно при выполнении физических упражнений, где проявляются двигательные качества и способности подростков, является эффективным стимулом для достижения лучших результатов, а, следовательно, хорошим средством активизации детей в усвоении материала.

2. Выполнение приемов без соперника перед зеркалом с самооценкой и в парах с взаимной оценкой и взаимным контролем. Правильное использование взаимного контроля и взаимопомощи оживляет занятия, вызывает у ребят желание показать своему другу, как выполнять прием, и исправить ошибку своего партнера.

3. Соревновательное выполнение парных упражнений в движениях для поддержания и изменения дистанции. Совершенствование движений осложняется подбором соответствующей дистанции в процессе маневрирования, задачами коснуться руки партнера за руку, плечо в «стрелке» или выпаде. Необходимо приводить такие задания последовательно и давать их только тогда, когда ребята научатся маневрировать с партнером, не искажая боевую стойку и технику движений.

4. Игровые парные упражнения по смене позиций и соединений. В них один из партнеров (ведущий) занимает соответствующие позиции или соединения, второй партнер, стоя против первого на среднем расстоянии, повторяет все его действия. Ведущий партнер по заданию тренера меняет ритм смены позиций и соединений и сочетает их с неожиданными движениями [1, с. 153].

На занятиях с тренировочными группами значительно расширяется репертуар игровых и соревновательных форм специальных упражнений, поскольку дети на втором и третьем годах обучения уже способны выполнять многие приемы, не искажая технику. Поэтому в дополнение к игровым упражнениям, предложенным для начального этапа специализации, можно рекомендовать следующее:

1. Игровые формы упражнений с уколами (ударами) в цель.

2. Игровые парные упражнения при выполнении защит и ответных действий.

3. Игровые парные упражнения при выполнении атак, защит и ответных действий, контрзащит и контрреакций [2, с. 53].

Использование игровых форм упражнений значительно повышает эмоциональный фон занятий и позволяет вовлечь детей в активную работу по совершенствованию разнообразных фехтовальных приемов и действий. В то же время необходимо четко ставить задачу перед учащимися и нацеливать их на то, чтобы во время игровых действий они стремились правильно проводить приемы, контролировать технику. Также следует следить за тем, чтобы учащиеся не отвлекались на посторонние дела, что всегда возможно при отсутствии контроля и надлежащего педагогического руководства во время занятий.

На практике следует различать два относительно независимых направления выполнения игровых упражнений:

- первый — это игровые упражнения со спортивным фехтовальным снаряжением;
- второе — максимально возможное использование различных визуально-перцептивных образов.

Игровые упражнения со спортивным фехтовальным снаряжением включают в себя:

- метательные кольца на лезвии;
- различные прыжки через рапиру (с места, с разбега, в длину, на одной ноге, с двух ног);
- перемещение пальцев одной руки от наконечника к предохранителю (без помощи другой руки);
- прокручивание в плечевом суставе;
- перемещение шагов вперед и назад с блюдцем, наполненным водой;
- реагирование выпадом на бросок перчатки сзади с задачей поймать ее;
- повторяйте упражнения или движения партнера в боевой стойке;
- сражайтесь с воображаемым противником;
- изображение кончика фигуры, букв, цифр (в воздухе, на земле);
- нанесение инъекций в заданный сектор, по определенной команде, с ограниченным зрением и т.д. [4, с. 177]

Игровые упражнения с использованием зрительно-перцептивных образов включают:

- держась за ручку, как «птичка», чтобы не задушить, и чтобы не улететь;
- движение ног, как у «кошки», четко и мягко;
- нанесение укола по принципу «жаль, как пчелка».

В процессе выполнения представленных игровых упражнений дети 6-7 лет должны научиться правильно держать рукоять оружия, принимать исходное положение, отдавать боевое приветствие «салют», принимать положение «Боевая стойка», выполнять движения в боевой стойке с шагами вперед и назад, выполнять фехтовальный выпад (полуприсед) из боевой стойки с последующим переходом в боевую стойку, нанесением уколов в цель и т.д.

Реализация представленных игровых упражнений позволит повысить качество начальной подготовки и отбора детей для спортивного фехтования, их мотивацию к занятиям фехтованием, а также обеспечит вероятностно перспективный способ подготовки будущих профессиональных фехтовальщиков [3, с. 92].

Библиографический список

1. Марц В. Г. Беседы по методике и теории игры : учеб. пособие. — М.: Спорт АкадемПресс, 2021. — 204 с.
2. Мовшович А.Д. Примерная программа подготовки юных арт-фехтовальщиков. Первый год обучения. Методические рекомендации. М.: Приор, 2022. — 850 с.
3. Никитушкин В.Г. Многолетняя подготовка юных спортсменов. — М.: Физическая культура, 2020. — 240с.
4. Никитушкин В.Г. Теория и методика юношеского спорта: учебник. — М.: Физическая культура, 2020. — 208с.
5. Организация педагогического контроля деятельности спортивных школ: Методические рекомендации. М.: Советский спорт, 2019. — 454 с.
6. Тышлер Д.А. и др. Фехтование: Соревновательные технологии и методики специальной тренировки. / Тышлер Д.А., Рожкова Л.Г., Шамис В.В., Колганов С.Н.— М.: Человек, 2019. — 552 с.

Инструменты оценки рисков экономической безопасности малых предприятий

Саая Чечек Артуровна

Магистрант СибГУ имени академика М. Ф. Решетнева,
Россия, г. Красноярск

E-mail: saayachechek13@mail.ru

Научный руководитель: **Полубелова Мария Владимировна**

к.э.н. доцент, Кафедра бухгалтерского учёта
СибГУ имени академика М. Ф. Решетнева,
Россия, г. Красноярск

Аннотация: в настоящей статье проанализированы инструменты оценки рисков экономической безопасности малых предприятий. Из всей совокупности рисков необходимо выделить наиболее существенные. Анализ нормативных документов показывает, что основными направлениями оценки рисков являются идентификация, анализ и сравнительная оценка риска. В каждом направлении и на каждом этапе используется определенный набор инструментов.

Ключевые слова: риски, экономическая безопасность, этапы оценки, анализ риска, присущий риск, остаточный риск, инструменты оценки риска.

Student Saaya Chechek Arturovna

Siberian State University of Science and Technology named after Academician M. F. Reshetnev
city Krasnoyarsk

Abstract: this article analyzes the tools for assessing the risks of economic security of small enterprises. From the whole set of risks, it is necessary to single out the most significant. Analysis of regulatory documents shows that the main areas of risk assessment are identification, analysis and comparative risk assessment. A specific set of tools is used in each direction and at each stage.

Keywords: risks, economic security, assessment stages, risk analysis, inherent risk, residual risk, risk assessment tools.

Для обеспечения экономической безопасности предприятия необходимо понимать, что из себя представляют риски экономической безопасности предприятия, какие возникают риски в процессе функционирования предприятия, определить в чем состоит разница между этими понятиями и какие существуют меры противодействия.

Инструменты оценки финансовой безопасности малого бизнеса предоставляют возможность выявить риски финансовым интересам, обладают мобильностью.

Деятельность малых предприятий осуществляется в достаточно широком диапазоне. Все огромное количество рисков, отражающих угрозы для экономической безопасности предприятий, держать под пристальным контролем не целесообразно, поэтому их необходимо оценить, выделив из совокупности рисков наиболее существенные. В то же время существующие методики оценки рисков не адаптированы для малых предприятий [5].

К основным национальным и международным нормативным документам, регулирующим данный вопрос следует отнести ISO 31010 «Управление рисками: методология оценки рисков» [9], ГОСТ Р ИСО 31000-2010 «Менеджмент риска. Принципы и руководство» (идентичный международному стандарту ISO 31000:2009 «Менеджмент риска. Принципы и руководство» [1]), содержащий «Общие указания по принципам и осуществлению риск-менеджмента», COSO ERM «Управление рисками организаций. Интегрированная модель. Краткое изложение. Концептуальные основы» [8],

В S 31100:2008 «Свод практик для риск-менеджмента», A Risk Management Standart «AIRMIC, ALARM, IRM:2002», стандарты серии ISO 2700 и др.

Анализ представленных нормативных документов показал, что основными направлениями оценки рисков являются следующие:

1. Идентификация риска — процесс определения элементов риска, составления их перечня и описания каждого из элементов риска, составления перечня событий, которые могут повлиять на достижение постановленных целей организации или сделать выполнение этих целей невозможным (ГОСТ Р ИСО/МЭК 31010-2011 [1]). Идентификация позволяет выявить максимальное число рисков, которым подвержена организация во всех сферах деятельности (Risk Management Standart «AIRMIC, ALARM, IRM:2002»),

Рекомендуемые инструменты [2], [4]:

- оценка риска на основе документальных свидетельств;
- подход, в соответствии с которым группа экспертов следует установленному процессу идентификации риска посредством структурированного множества подсказок или вопросов;
- индуктивные методы, такие как HAZOP (метод идентификации опасностей при отклонении от заданных проектных параметров или неправильной работе отдельных узлов оборудования);
- метод мозгового штурма;
- метод Дельфи;
- метод номинальных групп;
- карточки Кроуфорда;
- анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз (анализ SWOT);
- метод аналогии;
- методы с использованием диаграмм и др.

2. Анализ риска (анализ вероятности и последствий идентифицированных опасных событий с учетом наличия и эффективности применяемых способов управления) включает оценку диапазона возможных последствий события, ситуации или обстоятельств и соответствующих им вероятностей для определения уровня риска, анализ источников опасных событий, их положительных и отрицательных последствий и вероятностей появления этих событий [2].

Risk Management Standart «AIRMIC, ALARM, IRM:2002» [7] на данном этапе рекомендует сделать описание рисков как основу для формирования «карты рисков» предприятия, которая дает взвешенную оценку рискам и расставляет приоритетность в отношении мероприятий по снижению степени риска. Согласно COSO ERM «Управление рисками организаций. Интегрированная модель. Краткое изложение Концептуальные основы» [8] на этапе анализа рисков необходимо принимать во внимание наличие присущего и остаточного риска с учетом вероятности их возникновения и степени влияния.

Присущий риск — это риск для организации при отсутствии действий со стороны руководства по изменению вероятности или степени влияния данного риска. Остаточный риск — это риск, остающийся после принятия руководством мер по реагированию на риск.

Оценка проводится сначала в отношении присущих рисков. После разработки мер реагирования на риск руководство оценивает остаточный риск [8].

Инструменты, используемые при анализе риска, могут быть качественными, количественными или смешанными. В сложных ситуациях может быть применено несколько инструментов. Степень глубины и детализации анализа зависит от конкретной ситуации, доступности достоверных данных и потребностей организации, связанных с принятием решений.

3. Сравнительная оценка риска (включает в себя сопоставление уровня риска с критериями риска, установленными при определении области применения менеджмента риска, для определения типа риска и его значимости. Результаты сравнительной оценки риска используют для принятия решений о будущих действиях) [2].

Таким образом, анализ представленных нормативных документов показал, что основными направлениями оценки рисков являются идентификация, анализ и сравнительная оценка риска. В каждом направлении и на каждом этапе используется определенный набор инструментов.

Список литературы

1. ГОСТ Р ИСО 31000-2010 «Менеджмент риска. Принципы и руководство», утв. пр. Росстандарта от 21.12.2010 № 883-ст «Об утверждении национального стандарта» [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/rugovclassifier/626/numbers/> (дата обращения: 11.02.2022).

2. ГОСТ Р ИСО / МЭК 31010-2011. Национальный стандарт Российской Федерации. «Менеджмент риска. Методы оценки риска», утв. приказом Росстандарта от 01.12.2011 № 680-ст) 30.12.2014 № 454-П (ред. от 27.09.2017) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>. Загл. с экрана (дата обращения: 12.02.2022).

3. Гапоненко, В. Ф. Экономическая безопасность предприятий. Подходы и принципы / В.Ф. Гапоненко. М.: Издательство «Ось-89», 2018. — 208 с. — Текст : непосредственный.

4. Зайковский, В. Э. Риск-менеджмент. Информационный менеджмент : учеб.- практ. пособие. / В. Э. Зайковский. Томск : Изд. дом Томск, гос. ун-та, 2017. — 80 с. — Текст : непосредственный.

5. Золотарев, А. В. Практика применения оценки рисков экономической безопасности предприятий [Электронный ресурс] / А. В. Золотарев // Менеджмент социальных и экономических систем. 2018. № 4 (12). — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/praktika-primeneniya-otsenki-riskov-ekonomich-eskoj-bezopasnosti-predpriyatiy> (дата обращения: 21.03.2022).

6. Маняева, В. А. Анализ и оценка рыночных рисков в системе обеспечения экономической безопасности кредитной организации / В. А. Маняева // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. 2018. № 7 (165). С. 61-71. — Текст : непосредственный.

7. Стандарты управления рисками «AIRMIC, ALARM, IRM: 2002», translation copyright FERMA. 2003. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://http://www.oaoosk.ru/about/vnu-trenniy-kontrol-upravlenie-riskami/standart%20ferma_russia.pdf (дата обращения: 17.02.2022).

8. Яричев, Д. А. Особенности деятельности малых предприятий: аналитический аспект / Д. А. Яричев // Актуальные вопросы современной экономики. — 2019. — № 5. — С. 755-758. — Текст : непосредственный.

9. ISO 31000:2009. «Менеджмент риска. Принципы и руководство» [Электронный ресурс]. URL: <http://http://cert-academy.org/wp-content/uploads/2018/06/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%82-ISO-31000-2009.pdf> (дата обращения: 11.02.2022).

Институционально-правовые аспекты государства в обеспечении экономических интересов страны

Ткачев Денис Владимирович

Аспирант

Московской финансово-юридической академии МФЮА

Государство, как регулятор экономических процессов, для обеспечения устойчивости динамического развития экономики, развития рыночных отношений и достижения ожидаемых темпов экономического роста, обеспечивает надлежащее состояние правовой, экономической, финансовой среды. При этом государственное устройство в институциональном обществе предполагает триединство индивида (гражданина), гражданского общества и государства (Сажина М.А., 2006). По этой причине определяющее положение, как у источника государственного устройства, занимает именно государство.

В национальной экономике обеспечение необходимой экономической, финансовой, правовой среды является прерогативой государства. Государство, как субъект, определяющий конкретное государственное устройство, играет несколько ролей. Государство определяет экономические правила игры для всех субъектов экономики. Государство является самостоятельным экономическим агентом. Государство осуществляет контроль и мониторинг за функционированием экономической системы. Осуществляемая в рамках данных ролей деятельность обязательно носит закрепленный правовой характер, то есть в целях ее осуществления принимаются соответствующие нормативные правовые акты.

Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» является примером, где государство устанавливает, каким образом должна осуществляться деятельность субъектов в экономике страны. Среди основных целей закона значатся создание единого экономического пространства, условий для свободы экономической деятельности, свободного перемещения товаров и защита конкуренции. Это те правила, которые лежат в основе функционирования национальной экономики. Другими примерами реализации роли являются Федеральный закон от 22 июля 2005 года № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации», Федеральный закон от 4 мая 2011 года № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности», Федеральный закон от 25 февраля 1999 года № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений». Правовые нормы этих документов являются общеобязательными на территории всей страны, определяют нормы и правила экономической деятельности в стране.

Как самостоятельный экономический агент государство проводит фискальную политику, реализует экономические государственные программы. Фискальная, или бюджетно-налоговая политика, представляет собой совокупность расходов государства и получаемых им доходов. В ходе ее осуществления происходят изъятия или инъекции денежных средств в национальной экономике, государство также в рамках бюджетных расходов выступает крупным заказчиком и покупателем производимых в стране товаров и услуг. В дополнение к этому, государством реализуются экономические программы, состоящие из определенного набора действий, мероприятий, нацеленных на достижение конкретных экономических целей. Также стоит отметить важность экспортно-импортной политики с иностранными контрагентами, странами, при которой государство самостоятельно осуществляет продажу и покупку определенных товаров и услуг. Основными нормативными правовыми актами для реализации роли самостоятельного экономического агента являются Налоговый кодекс РФ, Бюджетный кодекс РФ, Федеральный закон от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ

«О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных

и муниципальных нужд», государственные программы, национальные проекты в области экономики.

Наконец, существует роль государства как института контроля и мониторинга в национальной экономике. Во многом установление правил игры влечет за собой и осуществление контроля за их соблюдением. Отсюда вытекает, что большинство нормативных правовых актов, помимо того, что определяют организационные и правовые основы деятельности экономических агентов, также подразумевают специальные инструменты, механизмы, правила контроля. Для этого чаще всего создаются уполномоченные органы власти наподобие Федеральной антимонопольной службы, прописываются соответствующие правовые нормы, реже привлекается помощь иных лиц и организаций. Нельзя и забывать про денежно-кредитную политику государства, которая нацелена на контроль за ключевыми экономическими показателями страны (уровень инфляции в стране, ключевая ставка процента, объем денежной массы в экономике). Реализация этих функций позволяет государству контролировать национальную экономику, поддерживать ее стабильность и устойчивость, корректировать основные параметры в условиях неопределенности, экономических кризисов. Примерами нормативных правовых актов, демонстрирующих реализацию государством данной роли, являются Федеральный закон от 10 июля 2002 года № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», Федеральный закон от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», Федеральный закон от 8 декабря 2003 года № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности», Федеральный закон от 18 июля 1999 года № 183-ФЗ «Об экспортном контроле».

Таким образом, выделенные роли государства, которые оно играет в национальной экономике, позволяют, во-первых, понимать характер и особенности государственного влияния на экономику страны, во-вторых, верно соотносить существующие и принимаемые нормативные правовые акты с теми целями и задачами, которые преследует государство. Наконец, взгляд на многообразие роли государства в экономике позволит обеспечить более грамотное правовое регулирование экономической политики и деятельности государства и его органов власти, повысит эффективность правового обеспечения, являющегося основой для государства как в роли самостоятельного экономического агента, так и в роли организатора единых экономических правил игры и контролирующего субъекта национальной экономики.

Литература

1. Сажина М.А. Государство в институциональной экономике // Государственное управление. Электронный вестник. 2006. № 9;
2. Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции»;
3. Федеральный закон от 22 июля 2005 года № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации»;
4. Федеральный закон от 4 мая 2011 года № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности»;
5. Федеральный закон от 25 февраля 1999 года № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений»;
6. Федеральный закон от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»;
7. Федеральный закон от 10 июля 2002 года № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)»;
8. Федеральный закон от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»;
9. Федеральный закон от 8 декабря 2003 года № 164-ФЗ «Об основах государственного

регулирования внешнеторговой деятельности»;

10. Федеральный закон от 18 июля 1999 года № 183-ФЗ «Об экспортном контроле».

Анализ активности НКО Нижегородской области в сфере занятости населения

Сорокин Даниил Владимирович

Аспирант

Московская финансово-юридическая академия, РФ, г. Москва

Аннотация. Передача услуг некоммерческим организациям является всемирным трендом. Некоммерческие организации зарекомендовали себя как эффективные поставщики социальных услуг. Не имея больших штатов сотрудников, представители некоммерческого сектора обладают огромным желанием, что в сфере социальных услуг может быть гораздо важнее. В данной работе будет рассмотрена активность некоммерческого сектора в Нижегородской области, в основном, на примере их деятельности в сфере содействия занятости населения

Ключевые слова: Некоммерческие организации, волонтеры, Нижегородская область, сфера занятости

Некоммерческие организации хорошо зарекомендовали себя по всему миру, оказывая услуги в социальной сфере на довольно высоком уровне. Общемировая тенденция привлечения НКО к оказанию услуг пришла и в Россию. Российские ученые статьи И. В. Мерсиянова и В. Б. Беневоленский провели эмпирическое исследование, на основе которых можно дать такую характеристику сильным и слабым сторонам НКО в России..

Начнём с сильных сторон. Исследователи выделили 5 преимуществ НКО, как поставщиков социальных услуг :

1. Гибкость социально ориентированной деятельности НКО;
2. Способность НКО привлекать к решению социальных проблем дополнительные ресурсы, такие как труд добровольцев и частные пожертвования;
3. Способность НКО продолжать социально ориентированную деятельность, развернутую в рамках совместных с государством программ и проектов при государственной поддержке, в условиях сокращения выделяемого на нее государственного финансирования;
4. Сравнительно небольшие масштабы деятельности и обслуживаемого контингента нуждающихся у каждой отдельно взятой НКО;
5. Способность обеспечить комплексный подход к решению проблем.

Однако несмотря на ряд преимуществ, НКО сталкиваются с рядом проблем. Частично мы уже упоминали о недостатках некоммерческих поставщиков, когда анализировали причины межсекторного сотрудничества, однако в этой части мы применим более практический подход. Анализируя проблемы мы обратимся к эмпирическим данным, собранными Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора при НИУ ВШЭ, опубликованным в статье И. В. Мерсияновой и В. Б. Беневоленского о слабых сторонах НКО.

Во-первых, одной из самых существенных проблем является отсутствие ресурсов у некоммерческих поставщиков. Многими экспертами выделяется проблема низких тарифов на услуги со стороны государства . Зачастую данные тарифы не позволяют НКО компенсировать затраты на оказание.. Наконец одним из факторов недостаточной финансовой базы НКО являются так называемые временные лаги. Это означает, что НКО приходится ждать довольно длительное время между реализацией услуг и их финансированием (временной лаг может составлять до 6 месяцев).

В преимуществах исследователи указали возможность НКО привлекать дополнительные ресурсы в том числе и трудовые. Именно с этим связано один из недостатков российских НКО. Дело в том, что

компании обычно имеют специалистов по подбору кадров, в то время как в большинстве некоммерческих организаций таких специалистов нет.

Другой проблемой, связанной с трудовыми ресурсами является профессиональный дилетантизм. Непрофессионализм сотрудников может стать серьезным барьером для НКО на выход социальных услуг, так как без определенного уровня административного профессионализма и уровня подготовки персонала НКО не могут входить в региональные реестры поставщиков социальных услуг, а также в некоторых случаях не смогут участвовать в конкурсе на право заключения государственного контракта.

Перейдем от теории к практике. Для того, чтобы дать характеристику состояния некоммерческого сектора в Новгородской области, обратимся к официальным данным. По данным Минюста к октябрю 2020 года в рассматриваемом субъекте федерации зарегистрировано 887 некоммерческих организаций, по данным Минэкономразвития 98 из которых имеют статус социально ориентированных НКО. По данным Новгородстата, территориального органа Росстата, в 2018 году было 60 фондов, из которых 29 имели форму благотворительного фонда, 11 общественных и 1 экологический фонд а в 2019 году всего фондов стало 63, при этом количество благотворительных и экологических фондов не изменилось, а в 2019 году общественных фондов стало 10[1]. Также в 2018 году была 81 Автономная некоммерческая организация, а в 2019 году их стало уже 96.

О специализации некоммерческих организаций в регионе судить трудно, однако мною была предпринята попытка провести такую оценку при помощи данных справочника НКО, который ведётся властями области. Недостаток этого метода является неполнота данных, в нем явно не учтены все 887 организаций и некоторые сферы деятельности согласно их классификации довольно схожи. Наиболее часто встречающимися видами деятельности НКО, согласно этому справочнику, являются социальная помощь населению и защита прав граждан (по 26 организаций)[2]. Тройку замыкают НКО в сфере культуры.

Рассмотрим меры поддержки НКО в Новгородской области. По данным, изложенным в файле реестра СО НКО области, можно сделать вывод о том, что в регионе применяется широкий спектр мер поддержки НКО[3]. Самый распространенный метод поддержки финансовый, и на сайте можно посмотреть, какие суммы получают НКО, однако сделать вывод о том, является ли эта помощь субсидией, грантом или чем-то ещё по этим данным невозможно. Что касается имущественной поддержки, то здесь описываются различные понижающие коэффициенты при расчете арендной платы. Как правило он составляет 0.05. Также широко применяются меры информационной поддержки, это самый распространенный метод поддержки. В рамках информационной поддержки проводятся различные семинары, консультации, оказывается помощь в изготовлении информационных материалов и т.д.

Рассмотрим меры экономической поддержки НКО, оказывающих услуги в сфере содействия занятости населения. Начнем с финансовых мер. Новгородская областная общественная организация ветеранов (пенсионеров) войны, труда, Вооруженных Сил и правоохранительных органов в 2016 году получила 3 142 000 рублей финансовой поддержки, что является одной из наиболее крупных сумм по данным реестра. В том же году по 750 тыс. рублей получили Новгородский областной совет женщин — региональное отделение общественной организации «Союз женщин России» и Новгородское областное отделение Всероссийской общественной организации ветеранов «БОЕВОЕ БРАТСТВО». Гораздо меньше получила Новгородская областная организация Общероссийской общественной организации «Всероссийское общество инвалидов» — 273 тыс. рублей. Финансирование этих организаций со стороны государства остается стабильным по сей день, однако остальные организации, которые упомянуты в этом реестре, как оказывающие услуги в сфере занятости получали лишь информационную поддержку от государства. Наряду с указанными мерами поддержки, НКО Новгородской области получали гранты в рамках конкурса

фонда Президентских грантов. Об этом подробнее будет представлена информация ниже.

Стоит отметить, что в Новгородской области действует программа по содействию занятости населения с 2019 по 2025 года[4]. Согласно этой программе запланировано выделять гранты в форме субсидий некоммерческим на возмещение затрат, связанных с организацией профессионального обучения и дополнительного профессионального образования лиц в возрасте 50 лет и старше, а также лиц предпенсионного возраста, переобучения и повышения квалификации женщин, находящихся в отпуске по уходу за ребенком в возрасте до трех лет, а также женщин, имеющих детей дошкольного возраста, не состоящих в трудовых отношениях и обратившихся в органы службы занятости. Конкретные цифры, которые уйдут некоммерческим организациям в рамках этих программ назвать трудно, потому что они посчитаны вместе с субсидиями другим организациям, можно лишь утверждать, что на обучение и переподготовку женщин, например, уйдет 4050,6 тыс. рублей в 2020 году, 7952,8 в 2021 году, и 10272,1 в 2022 году. Чуть больше уйдет по плану на обучение лиц старше 50 лет и лиц предпенсионного возраста. 5575,9 тыс. рублей в 2020 году и 19674,1 тыс. рублей в 2021 и 2022 годах.

Рассмотрим участие НКО в оказании государственных и муниципальных услуг в Новгородской области. Стоит отметить, что в реестре поставщиков социальных услуг включены 5 некоммерческих организаций, одна из которых точно оказывает услуги в сфере содействия занятости. Это АНО "Центр социального обслуживания населения "Забота"[5][6]. Возможно, остальные 4 так же содействуют занятости, но на их сайтах, если есть какая-то информация о деятельности, то все написано общими словами. Как уже было сказано выше, государственные программы предполагают субсидии НКО в рамках содействия занятости, некоторые проекты получили гранты от фонда Президентских грантов, однако говорить о высокой вовлеченности НКО в оказание государственных услуг не стоит, так как по большей части в оказании именно государственных услуг по большей части принимает участие региональный центр занятости.

Перейдем к реализации проектов. Неоднократно уже упоминалось, что Новгородские НКО принимали участие в конкурсах фонда Президентских грантов и некоторым удалось победить на конкурсах в сфере содействия занятости. Так, например, общественная организация «Примирение» выиграла три конкурса на сумму более 5 млн. рублей. Пока что нет оценки их проектам, таким как «Благотворительная столовая» или «Меняем привычки — меняем жизнь», так как они ещё реализуются или закончились совсем недавно. Стоит также отметить активность уже упомянутого выше Всероссийского общества инвалидов. Им, так же, как и «Примирению» удалось выиграть грант более одного раза, однако им досталось гораздо меньше финансирования. За свои два победивших проекта они получили примерно 1 миллион рублей.

Рассмотрим подробнее один из их проектов — "Вовлечение молодых людей с ограниченными возможностями здоровья в сферу трудовой деятельности, основанной на современных цифровых технологиях"[7]. Основная идея проекта заключается в том, что люди, страдающие поражением опорно-двигательного аппарата, после обучения при помощи 3D принтеров занимаются изготовлением различных изделий: сувениры, игрушки, бижутерия, мелкая посуда, медали, значки и многое другое. Проект реализовывался в три этапа. На первом этапе была закуплена и налажена техника. На втором формировались учебные группы, отбирались преподаватели из числа преподавателей Новгородского государственного университета составлялись учебные планы и пособия, а также проводились групповые занятия и индивидуальные консультации. На третьем этапе уже шла непосредственно реализация полученных навыков. Двоим самым активным участникам проекта по итогам занятий обустроили рабочие места на дому, остальные 18 работали по очереди на двух принтерах в офисе проводящей проект организации. Проект был признан успешным и вот какую оценку можно найти на сайте конкурса президентских грантов : «Результаты реализации проекта сугубо положительные, позволяют хотя бы частично решить сложнейшую проблему трудоустройства молодых инвалидов, повысить их собственную самооценку, приобщить к новейшим

цифровым технологиям. Цели и задачи проекта выполнены полностью. Результаты проекта широко освещались в СМИ. Полученный социальный эффект-доказательство возможности вовлечь лиц с проблемами здоровья в активную высокоинтеллектуальную трудовую деятельность. Рекомендуется проект продолжить и расширить.»

На основе изложенной выше информации можно сделать определённые выводы. Некоммерческие организации, пусть не очень активно, но задействованы в оказании услуг в сфере содействия занятости населения. Государство оказывает определённую помощь НКО в данной сфере, однако зачастую поддержка носит информационный характер. При этом НКО Новгородской области уже успели себя зарекомендовать, успешно реализовывая свои проекты, и некоторые из них можно назвать инновационными. Однако говорить о высокой вовлеченности некоммерческого сектора говорить не приходится, так как большинство услуг в данной сфере все ещё оказывается государственными организациями. Поэтому основная рекомендация для продолжения межсекторного сотрудничества заключается в том, чтобы власти региона присмотрелись более внимательно к проектам НКО, так как они предлагают действительно интересные и необычные идеи в сфере содействия занятости. Стоит обратить внимание как на новые идеи, так и на уже реализованные проекты, некоторые проекты, на мой взгляд, можно перенять. Есть надежда, что в дальнейшем сотрудничество между государством и некоммерческими организациями будет расширяться, так как 7 октября 2020 года Правительство включило Новгородскую область в пилотный проект по внедрению новых способов оказания государственных и муниципальных услуг в социальной сфере в том числе и в сфере содействия занятости населения[8]. Предполагается, что этот проект расширит доступ некоммерческих организаций к оказанию услуг и повысит качество их оказания.

Список источников:

1. Постановление Правительства Новгородской области от 14 июня 2019 года N 218 «О государственной программе Новгородской области «Содействие занятости населения в Новгородской области на 2019 — 2025 годы»

2. Мерсиянова И. В., Беневоленский В. Б. Преимущества НКО как поставщиков социальных услуг: апробация в российских условиях //Вопросы государственного и муниципального управления. — 2016. — №. 4. С. 7-26;

3. Сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Новгородской области. [Электронный ресурс]. URL: <https://novgorodstat.gks.ru/organizations> (дата обращения: 08.10.2020);

4. Реестр социально ориентированных некоммерческих организаций — получателей поддержки. [Электронный ресурс]. URL: <https://adm.novreg.ru/administration/reestr-sotsialno-orientirovannykh-nekommercheskikh-organizatsij...> (дата обращения: 08.10.2020)

5. Справочник НКО Новгородской области. [Электронный ресурс]. URL: <http://ngnov.ru/spravochnik/index.html> (дата обращения: 08.10.2020)

6. Реестр поставщиков социальных услуг Новгородской области. [Электронный ресурс]. URL: <http://social.novreg.ru/postavshikam/> (дата обращения: 10.10.2020)

7. Сайт АНО «Центр социального обслуживания населения „Забота“». [Электронный ресурс]. URL: <https://zabotacson.ru/index.php/uslugi/vidy-i-formy> (дата обращения: 08.10.2020)

Ссылки:

[1] Сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Новгородской области. [Электронный ресурс]. URL: <https://novgorodstat.gks.ru/organizations> (дата обращения: 08.10.2020);

[2] Справочник НКО Новгородской области. [Электронный ресурс]. URL: <http://ngnov.ru/spravochnik/index.html> (дата обращения: 08.10.2020)

[3] Реестр социально ориентированных некоммерческих организаций — получателей поддержки. [Электронный ресурс]. URL: <https://adm.novreg.ru/administration/reestr-sotsialno-orientirovannykh-nekommercheskikh-organizatsij...> (дата обращения: 08.10.2020)

[4] Постановление Правительства Новгородской области от 14 июня 2019 года N 218 «О государственной программе Новгородской области «Содействие занятости населения в Новгородской области на 2019 — 2025 годы»

[5] Реестр поставщиков социальных услуг Новгородской области. [Электронный ресурс]. URL: <http://social.novreg.ru/postavshikam/> (дата обращения: 10.10.2020)

[6] Сайт АНО «Центр социального обслуживания населения „Забота“». [Электронный ресурс]. URL: <https://zabotacson.ru/index.php/uslugi/vidy-i-formy> (дата обращения: 08.10.2020)

[7] Сайт Фонда президентских грантов. [Электронный ресурс]. URL: <https://xn--80ajpld2c.xn--80af5akm8c.xn--p1ai/award/about/424a3a9c-0218-4cdb-b6eb-81505c977b0b> (дата обращения: 11.10.2020)

[8] Новостной портал Novgorod.ru. [Электронный ресурс]. URL: <https://news.novgorod.ru/news/novgorodskaya-oblast-popala-v-spisok-regionov-v-kotorykh-izmenyat-spos...> (дата обращения: 14.10.2020)

Модели налогового консультирования

Ковалева Ирина Николаевна
Аспирант МФЮА, Россия, г. Москва
E-mail: irina_kovaleva_75@list.ru

Научный руководитель: **Бусуёк Наталья Александровна**,
канд. экон. наук, доцент
Россия, г. Москва

Аннотация. Налоговое консультирование является относительно новым веянием, следовательно, данный вид консалтинга имеет свои трудности и проблемы, которые в принципе, закономерны. Этот сегмент рынка услуг только начинает развиваться в России.

В зависимости от роли и степени участия налогового консультанта и заказчика консультационных услуг в проекте можно выделить пять моделей налогового консультирования.

Ключевые слова. Налоговое консультирование, консультант, модель, налог.

Представим модели налогового консультирования:

- экспертная модель;
- проектная модель;
- процессная модель;
- обучающая модель;
- комплексная модель.

Экспертную модель налогового консультирования можно представить в виде схемы «вопрос-ответ». Эта модель предполагает постановку консультантом проблемы и разработку возможных вариантов ее решения.

Налоговый консультант выступает в роли эксперта, то есть лица более узко квалифицированного, при этом консультант — эксперт только лишь вырабатывает и предлагает свое суждение по тому или иному вопросу.

Внедрением данного суждения занимается клиент самостоятельно. При этом значительно важным в экспертной модели налогового консультирования остается квалифицированное изложение клиентом проблематики, так как разъяснения налогового консультанта будут основываться на том видении проблемы, которое предоставил ему клиент.

Экспертная модель налогового консультирования реализуется в процессе предоставления разовых или регулярных устных консультаций, письменных консультаций, аналитической работы.

В случае реализации экспертной модели налогового консультирования обычно заключается договор на разовую консультацию.

Главный плюс экспертной модели налогового консультирования — это экономичность использования временных затрат как для организации, так и для консультанта.

В случае, когда клиент обладает недостаточными компетенциями для внедрения выработанного решения или разработка решения представляет собой сложную многоплановую задачу, применяется проектная модель налогового консультирования.

Проектная модель налогового консультирования, заключается в том, что консультант не только предлагает решение какой-либо ситуации, но и берет на себя ответственность за его разработку и внедрение.

Важным отличием проектной модели является участие консультанта в диагностике проблемы, в связи с чем исключается вероятность неправильного восприятия консультантом изучаемого вопроса, а так же появляется возможность скорректировать неправильное представление клиента о той или иной проблеме.

Проектная модель — это возможность детально подойти к рассмотрению проблемы.

Процессная модель налогового консультирования представляет собой нечто общее между экспертной и проектной моделями.

В данной модели налоговый консультант не выделяется как «ведущее» лицо, так как специфика модели предполагает совместную взаимосвязанную и взаимодополняющую работу клиента и налогового консультанта.

Указанная модель реализуется при осуществлении крупных проектов. Налоговый консультант выступает в рассматриваемом процессе не как эксперт, а как партнер.

В процессной модели — на всех этапах консультант и клиент пользуются ресурсами друг друга.

Обучающая модель налогового консультирования предполагает проведение семинаров и прочих мероприятий, отвечающих целям разъяснения интересующей проблематики.

Консультант в данной модели выступает лицом, которое передает свои знания, умения, методики и т.п. Итоговой целью применения данной модели является возможность самостоятельного решения задач клиентами такого же уровня сложности, как были изучены в ходе обучающих мероприятий.

Обучающее консультирование — может включать следующие элементы:

— стандартная программа. Предприятие выбирает семинары, деловые игры, тренинги и т.п. из предлагаемого консультантом перечня;

— специально адаптированная программа. Проблематика определяется предприятием, а консультант разрабатывает программу и выбирает форму учебных мероприятий;

— специально сформированная группа. Консультант проводит специальные мероприятия по формированию учебной группы: разрабатывает требования к участникам учебной группы, проводит отбор, используя специальные методы: анкетирование, собеседование, деловые игры, обсуждение с руководителями и т.д.;

— подготовка участников к групповой работе. Для повышения эффективности и результатов учебных мероприятий, особенно направленных на решение практических задач бизнеса и связанных с обсуждением и поиском решений, консультант проводит специальные тренинги по развитию коммуникативных навыков, навыков принятия коллективных решений у учебной группы;

— обучение методикам и инструментарию решения задач. Задача консультанта — передать умения и навыки использования собственного инструментария и технологий специалистами предприятия таким образом, чтобы в его отсутствие они бы могли самостоятельно решать задачи такого же уровня сложности;

— полное погружение участников в проблематику. Проводится для того, чтобы в максимально сжатые сроки учебная группа освоила минимально необходимый объем информации, решила поставленные задачи или выработала необходимые решения.

В настоящий момент наиболее распространенной является комплексная модель налогового консультирования. По мнению Башкировой Н.Н. «данная модель позволяет снять различия и ограничения экспертного, процессного, проектного и обучающего консультирования и добиться максимального эффекта от сотрудничества клиента и консультанта» [1, с. 84].

Список литературы

1. Башкирова, Н.Н. Основы налогового консультирования: учебное пособие/ Н.Н. Башкирова, Е.Б. Сугрובה. — М.: Магистр, 2019 –176 с.

Теоретико-практические аспекты исследования технологий брендинга

Вальков Александр Владимирович

Аспирант Московской финансово-юридической академии

Научный руководитель: **Скрипник Оксана Богдановна**

Д.э.н., доцент, кафедра экономики и менеджмента

Московской финансово-юридической академии

Аннотация. В статье проанализированы технологии брендинга, использование которых товаропроизводителям, продавцам предоставляет возможность увеличивать объемы продаж, а покупателям — получать желаемые товары в необходимом количестве, ожидаемого качества, соответствующие покупательной способности потребителя и возможность быть мотивированными совершить покупку еще. Автором выделен индивидуализированный подход, с учетом отечественного компонента программ по импортозамещению и параллельного импорта.

Annotation. The article analyzes branding technologies, the use of which gives producers, sellers the opportunity to increase sales, and buyers the opportunity to receive the desired goods in the required quantity, the expected quality, corresponding to the consumer's purchasing power and the opportunity to be motivated to make a purchase again. The author highlights an individualized approach, taking into account the domestic component of import substitution programs and parallel imports.

Ключевые слова: бренд, брендинг, технологии брендинга, брендование, торговая марка, товарный знак

Keywords: brand, branding, branding technologies, branding, trademark, trademark

Востребованность технологий брендинга, вызвана экзистенциальными проблемами субъектов экономической деятельности, в условиях цифровизации экономических систем в период ограничительных мер санкционного периода. Ограниченность или экспансия сырьевых ресурсов, развитие технологий и удешевление производственных процессов, сделало возможным и необходимым увеличивать присутствие товаров на новых рынках. В условиях спиралевидной рецессии всех экономик, востребованы производственные мощности каждой из отраслей и те покупатели, которые обеспечат непрерывный экономический процесс, в результате большего потребления товаров, услуг.

Технологии брендинга, основываются на мотивах потребления, социокультурных кодах и поведенческих стереотипах покупателей.

Наиболее доступная технология, основанная на мотивах потребления, ставит задачу мотивировать покупателя к совершению покупки, сравнивая этот товар с существующими аналогами. Результатом выбора есть выделение преимуществ и выгод от искомого товара, при этом недостатки у аналоговых товаров, выделены с возможным риском и существенными недостатками. Например, банк «Тиньков» предлагает бесплатную бессрочную карту потребителю услуг, с правом безвозмездного ведения операций по счету для самозанятых.

Социокультурные факторы учитывают уровень образования, вероисповедование, регион проживания и все, что может иметь существенное значение для осознания самоидентичности потребителя. Дом моды в Анапе существенно отличается ассортиментом представленных товаров, от Дома моды в Грозном. У каждого из них спрос формируют потребители, а производители, продавцы — мотивируют к совершению покупки.

Парадокс поведенческого стереотипа учитывает круг общения, место работы или учебы, занимаемую должность, то есть атрибуты стандартной среды потребителя. Топ-менеджеры крупной

нефтегазовой компании имеют иные предпочтения нежели менеджеры автосервиса. Успешность как критерий самоидентификации востребован у обоих сред потребления.

Эти технологии используют производители одежды, обуви, продуктов питания для того, чтобы мотивировать потребителя к совершению покупки.

Технологии, построенные на социокультурных кодах, применяют стандарты поведения, характерные для определенных стран, регионов или городов. Примером являются стили: русский, китайский, японский, скандинавский, в соответствии которым построены дома, сшита одежда, изготовлена мебель.

Вопрос правильного донесения до потребителя основных качеств и характеристик товара актуален, потому, что необходимо понимать своего потребителя и уметь удержать его. Важную роль играет планирование проекта по созданию бренда. Так же, для уже существующих названий, торговых марок, очень важно проанализировать текущее состояние бренда. Казалось бы, простая задача, но для этого необходимо провести опрос целевой аудитории, понимать распределение по сегментам. От неправильно проведенного интервьюирования, анкетирования и других способов получения мнения электората, будет выстроена ложная концепция переформатирования и продвижения бренда. Далее, необходимо разработать стратегию управления торговой маркой, брендом. Актуализировать бренд или провести мероприятия по ребрендингу.

Необходимо понимание правильность выстроенной концепции, и своевременно вносить корректировки в ранее поставленный план. Каждая новая работа над брендом, требует не только новых, уникальных концепций бренда, но и новых инструментов брендинга. Успешно зарекомендовавшие себя методики очень быстро устаревают и не получают ожидаемого эффекта, результата в других местах. Всегда востребованы нестандартные технологии формирования брендов и их продвижение.

Согласно практике, востребованными являются технологии, основанные на:

— брендах, усиливающих коммуникацию или имиджевую репутацию представителя этого бренда. Они содержат констатацию факта, а не сильные лозунги. Например, автопроизводители Ауди, Вольво позиционируют свои машины надежными и безопасными;

— брендах, которые помогают покупателю повысить его престиж в своих глазах и окружения. Они являются люксовыми товарами, например, автомобиль Бентли, Мазератти;

— брендах, построенных на идентификации с потребителем, когда ценности бренда и потребителя идентичны. Например, потребитель смотрит рекламу и узнает себя в ней, признает свою неотразимость в том образе, которым желает обладать, став потребителем определенного товара. Например, транспортное средство УАЗ Хантер — вездеход для охотников.

Использование технологий, с учетом определенного сегмента потребителя, дает возможность персонализировать товар под запрос конкретного потребителя, с учетом его потребностей и возможностей, а также продлить жизнь бренду или осуществить ребрендинг. Востребованность использования индивидуализированного подхода, исходит из переориентирования рынков сбыта и потребления в условиях реализации программ по импортозамещению и параллельному импорту.

Литература:

1. Аакер Д. Создание сильных брендов М.: Издательский дом Гребенникова, 2003. — 439с.
2. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Азоев Г.З., Челенков А.П. М.: Новости, 2000. — 256с.
3. Амблер Т., Кохинаки Ф. Оценка маркетинговой деятельности // Маркетинг: Энциклопедия /под ред. М. Бейкера. СПб.: Питер, 2002. 1200с.
4. Анхольт С. Брендинг: дорога к мировому рынку. М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2004 — 272с.
5. Батра Р., Майерс Дж., Аакер Д. Рекламный менеджмент . М., СПб, К.: Вильяме, 2001. — 784с.

6. Блэк Дж. Экономика: толковый словарь: англо-русский. М.: Инфра-М: Изд-во «Весь Мир», 2000. — 840с.
7. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. 5-е изд. доп. и перераб. — М.: Институт новой экономики, 2002. — 1376с.
8. Васильева М., Надеин А. Бренд сила личности. — СПб.: Питер, 2003.-208с.
9. Панкрухин А.П. Бренды и брендинг. //Практический маркетинг. 2011. № 4 (170). С. 4-15.
10. Рожков И. Я. Брендинг: учебник для бакалавров. Москва: Издательство Юрайт. 2021. — 331 с.

Брендинг как механизм повышения конкурентоспособности

Вальков Александр Владимирович

Аспирант Московской финансово-юридической академии

Научный руководитель: **Скрипник Оксана Богдановна**

Д.э.н., доцент, кафедра экономики и менеджмента

Московской финансово-юридической академии

Аннотация. В статье рассмотрены отличия средств индивидуализации от бренда. Выявлена роль брендинга, как механизма повышения конкурентоспособности товаров, услуг, а также создания и продвижения имиджевой репутации компании, влияющих на эффективность деятельности компаний.

Annotation. The article discusses the differences between the means of individualization from the brand. The role of branding as a mechanism for increasing the competitiveness of goods and services, as well as creating and promoting the image reputation of the company, affecting the effectiveness of companies, is revealed.

Ключевые слова: бренд, брендинг, средства индивидуализации, товарный знак, торговая марка

Keywords: brand, branding, means of individualization, trademark, trademark

Средство индивидуализации — обозначение, служащее для различения товаров, услуг, предприятий, организаций и других объектов в сфере хозяйственного оборота. Они могут быть предметом сделки, в частности, права на использование некоторых средств индивидуализации могут передаваться по лицензионному договору. Ст. 1225 Гражданского кодекса РФ относит к средствам индивидуализации юридических лиц: товарный знак и знак обслуживания, фирменное наименование, наименование места происхождения товара и коммерческое обозначение.

Визуальные картинки, схемы, слоганы, характеризуют ту, или иную группу товаров, или услуг, направлены на взаимодействие с потребителем, создают эффекты лояльности, возможности повысить конкурентоспособность товара, услуги среди аналогичных, идентичных и увеличить прибыль компании. Для сегмента потребителя класса-люкс, актуально предложение по приобретению MERCEDES-BENZ, а для потребителя со средним достатком — CHERRY. В интернет-пространстве созданы сообщества, группы определенного производителя товара, обменивающиеся мнениями о специфических свойствах товара и послепродажного обслуживания. Это могут быть приверженцы бренда, его ценители или новички.

Одни бренды уходят и приходят, другие видоизменяются и остаются долгое время в нашей жизни. Бренды виртуальны. Они живут в сознании отдельных социальных групп, потребителей. Мы можем любить одни товары, и ненавидеть другие, хотя наш коллега, долгое время проживший на другом континенте может быть совершенно другого мнения, иметь другие потребительские предпочтения. Ментальность индивидуума — двигатель торговой марки, бренда. И на самом деле, даже на одном континенте, но в разных странах, у людей могут быть совершенно противоположные мнения и предпочтения относительно одного и того же бренда. Одни и те же слоганы, одни и те же торговые марки не будут одинаково восприниматься людьми из разных социальных групп, разной национальности и т.д. Например, известный факт с Coca-Cola в Китае, когда для точного воспроизведения звукового названия газированного напитка были бездумно подобраны китайские иероглифы, но они не способствовали привлекательности напитка, т. к. «ко-ка-ко-ла» — «кусай воскового головастика», поэтому сейчас в Китае напиток Coca-Cola звучит как «ко-ку-ко-ле». Иногда приходится полностью менять название продаваемого продукта, как это сделали MITSUBISHI с новой моделью PAJERO на испаноговорящем рынке своего товара, переименовав его в MONTERO. Поэтому важно, перед экспансией бренда в регион, досконально изучить ментальность населения,

его привычки, сленг, чтобы не потерпеть убытки. И вот для этого и есть целое направление — брендинг.

Брендинг обладает методами и механизмами создания положительного образа компании, его распространения и закрепления в сознании потребителя. Простыми словами — это управление моделью бренда. Брендинг включает целый комплекс маркетинговых мероприятий по развитию имиджа и закреплению долгосрочных отношений с потребителем. Благодаря ему создается уникальный стиль, повышается ценность продукта и формируется доверие к компании. Наглядная иллюстрация того, почему так важен брендинг, примеры, которые известны во всем мире, — Apple, Coca-Cola, Сбербанк, МТС, Газпром.

Гражданский кодекс РФ гласит, что "... предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг».[1 ч.1 ст.2] Таким образом, деловая репутация, которую зарабатывает предприниматель, создаёт дополнительную стоимость бизнеса. Увеличивается его капитализация.

Более известная торговая марка вызывает больший дополнительный интерес у инвесторов. Повышаются шансы на увеличение масштабов бизнеса. Открываются новые возможности по международному сотрудничеству. Так же, при сделках по слиянию и поглощению не только крупного, но и малого, среднего бизнеса, покупатель дополнительно готов заплатить Гудвилл или так называемый платеж «доброй воли». Он может составлять сумму в несколько раз больше, чем стоимость активов предприятия. И всё это построено на доверии потребителей.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс РФ от 30.11.1994 № 51-ФЗ.
2. Аакер Д. Создание сильных брендов М.: Издательский дом Гребенникова, 2003. — 439с.
3. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Азоев Г.З., Челенков А.П. М.: Новости, 2000. — 256с.
4. Амблер Т., Кохинаки Ф. Оценка маркетинговой деятельности // Маркетинг: Энциклопедия /под ред. М. Бейкера. СПб.: Питер, 2002. 1200с.
5. Анхольт С. Брендинг: дорога к мировому рынку. М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2004 — 272с.
6. Батра Р., Майерс Дж., Аакер Д. Рекламный менеджмент. М., СПб, К.: Вильяме, 2001. — 784с.
7. Блэк Дж. Экономика: толковый словарь: англо-русский. М.: Инфра-М: Изд-во «Весь Мир», 2000. — 840с.
8. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. 5-е изд. доп. и перераб. — М.: Институт новой экономики, 2002. — 1376с.
9. Васильева М., Надеин А. Бренд сила личности. — СПб.: Питер, 2003.-208с.
10. Ю.Волков С.И., Восканян Р.С. Товарные знаки в условиях рыночной экономики. М.: Путь, 2001. — 138с.

Гипотеза о гелиомагнитной гравитации

Макаров Владимир Григорьевич
Инженер
Россия, г. Москва
E-mail: vladimir.g.makarov@gmail.com

Наше представление о магнитном поле связано с взаимодействием намагниченных тел, проводников с токами, движением заряженных частиц. Поле намагниченных тел связано с движением электронов или других заряженных частиц в самих телах. Логичен вывод, что магнитное поле есть проявление динамического электрического поля. Потому термин «магнитный» является условным и отражает проявление динамического электрического поля.

Как известно, тела в твёрдом, жидком, газообразном или другом агрегатном состоянии по отношению к взаимодействию с магнитным полем являются магнетиками и подразделяются на ферромагнетики, парамагнетики и диамагнетики. Отличительным свойством ферромагнетиков от парамагнетиков и диамагнетиков является остаточная намагниченность. При температуре выше точки Кюри ферромагнетики превращаются в парамагнетики, но намагниченность, в отличие от диамагнетиков, сохраняется.

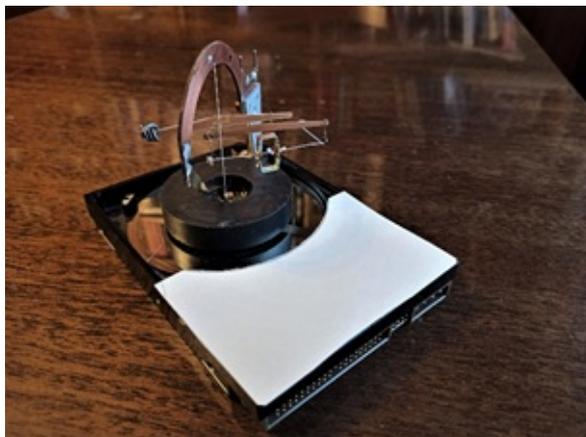
Все тела в магнитном поле сами становятся магнитами и взаимодействуют друг с другом как магниты. Очевидным примером является магнитомягкое железо (ферромагнетик), которое в магнитном поле само становится магнитом. Для парамагнетиков и диамагнетиков проявление взаимодействия в магнитном поле значительно слабее. Это относится и к телам, нагретым выше точки Кюри — они ведут себя как парамагнетики. Таким образом, можно утверждать, что все тела в магнитном поле взаимодействуют. Это явление можно положить в основу гипотезы о том, что гравитация есть взаимодействие материальных тел, находящихся в магнитном поле.

Ниже приводится обоснование этой гипотезы на основе идентичности процессов взаимодействия тел в магнитном поле в известных опытах и тел в нашей Галактике.

1. О магнитном поле

Основной характеристикой магнитного поля является напряженность. Принято считать, что напряженность отражает величину магнитного поля. Насколько справедливо такое суждение? Ответ находится в методологии определения напряжённости магнитного поля как определение силы действия магнитного поля на движущиеся заряженные частицы и токи. Но известно, что однородное магнитное поле на движущиеся заряженные частицы и токи никакого влияния не оказывает.

Примером может быть опыт, в котором кольцевой магнит может вращаться вокруг своей оси, над одним из полюсов которого расположен провод в виде рамки. Фото такой установки показано на Фиг. 1.



Фиг. 1. Установка с кольцевым магнитом и рамкой над полюсом магнита.

На установке виден кольцевой магнит, расположенный на подвижной платформе («винчестер» от ПК). Ось магнита совпадает с осью вращения. Над верхним полюсом магнита подвешена рамка из провода (катушка от микроамперметра). Рамка имеет две степени свободы: поворот вокруг вертикальной оси магнита и поворот вокруг горизонтальной оси над поверхностью полюса магнита.

При вращении магнита напряжённость магнитного поля на каждом участке рамки остаётся неизменным, напряжение на концах рамки не возникает. При движении рамки вокруг горизонтальной оси напряжённость поля в районе рамки изменяется и на концах рамки возникает напряжение.

При пропускании тока через рамку на неё не действуют силы, приводящие к ее повороту вокруг вертикальной оси. В то же время рамка поворачивается вокруг горизонтальной оси, так как реагирует на градиент магнитного поля в направлении от магнитного полюса.

Таким образом, рамка не реагирует на неизменяемое в районе рамки магнитное поле, но реагирует на градиентное поле в месте её расположения. Потому мы не можем определить величину магнитного поля, мы определяем (измеряем) градиент его напряжённости.

Как известно, величина напряжённости магнитного поля зависит от расстояния до источника поля. Это легко проверить в лабораторных условиях. Но на расстоянии нескольких тысяч километров от источника величина поля может быть большой, при этом изменение его градиента можно обнаружить только при наблюдении за изменением градиента магнитного поля при перемещении измерения на значительные расстояния от источника.

2. Взаимодействию магнитов

Рассмотрим взаимодействие проводника с током и магнитной стрелкой. Как известно, если через вертикально расположенный провод пропустить ток, то магнитная стрелка, расположенная недалеко от провода, ориентируется так, что перпендикуляр к её середине будет направлен к проводу. В этом направлении находятся градиенты магнитного поля провода с током и магнитной стрелки, что определяет максимальное взаимодействие их полей. Потому стрелка компаса стремится занять такое положение.

Важно отметить, что напряжённость магнитного поля диполя, подобно магнитному полю короткого проводника с током, изменяется с расстоянием по закону обратных квадратов. Такой же характер имеет сила гравитации между телами в теории Ньютона.

Аналогичную картину можно наблюдать за опилками (порошками) магнитомягких материалов и провода с током, пропущенного через картон с рассыпанными на нём опилками (Фиг. 2).



Фиг. 2. Картина распределения опилок при пропускании тока через провод.

Как можно заметить, почти все опилки в ближней к проводу зоне переместились на провод. Для них сила взаимодействия с током в проводе оказалась больше силы сцепления с картоном. На большем расстоянии отчётливо наблюдается группирование опилок в фрагментированные концентрические окружности относительно провода. Сила взаимодействия между опилками превышает силу сцепления с картоном даже на значительном расстоянии от провода с током.

3. Солнце — магнитный диполь

Известно, что в космосе находятся космические источники магнитных полей, величина которых на много порядков превосходят магнитное поле Земли. Возможно, в поле одного из таких источников находится наша Галактика: «Магнитное поле Галактики лежит в плоскости Галактики. В окрестностях Солнца (магнитное поле) имеет регулярную составляющую ~ 2 мкГс...» [1] Можно предположить, что Солнце находится в этом магнитном поле. При температуре, которое значительно превышает точку Кюри для ферромагнетиков, массу Солнца можно рассматривать как состоящую из парамагнетиков и диамагнетиков.

Если рассматривать поле космического источника, то Солнце можно рассматривать как магнитное тело, помещённое в магнитное поле этого источника. В этом случае Солнце выглядит как шарообразный магнитный диполь с присущим этому диполю формой магнитного поля. Максимальные значения напряжённости поля будут находиться в плоскости экватора Солнца как шарообразного магнитного диполя. Это существенно при рассмотрении расположения планет относительно Солнца.

4. Планеты — магнитные диполи

При рассмотрении Солнца в виде магнитного диполя, его планеты тоже являются магнитными диполями, образованными магнитным полем Солнца и упомянутого космического источника поля. Аналогию можно распространить и на спутников планет. Они образованы с участием магнитных полей планет, Солнца и космического источника.

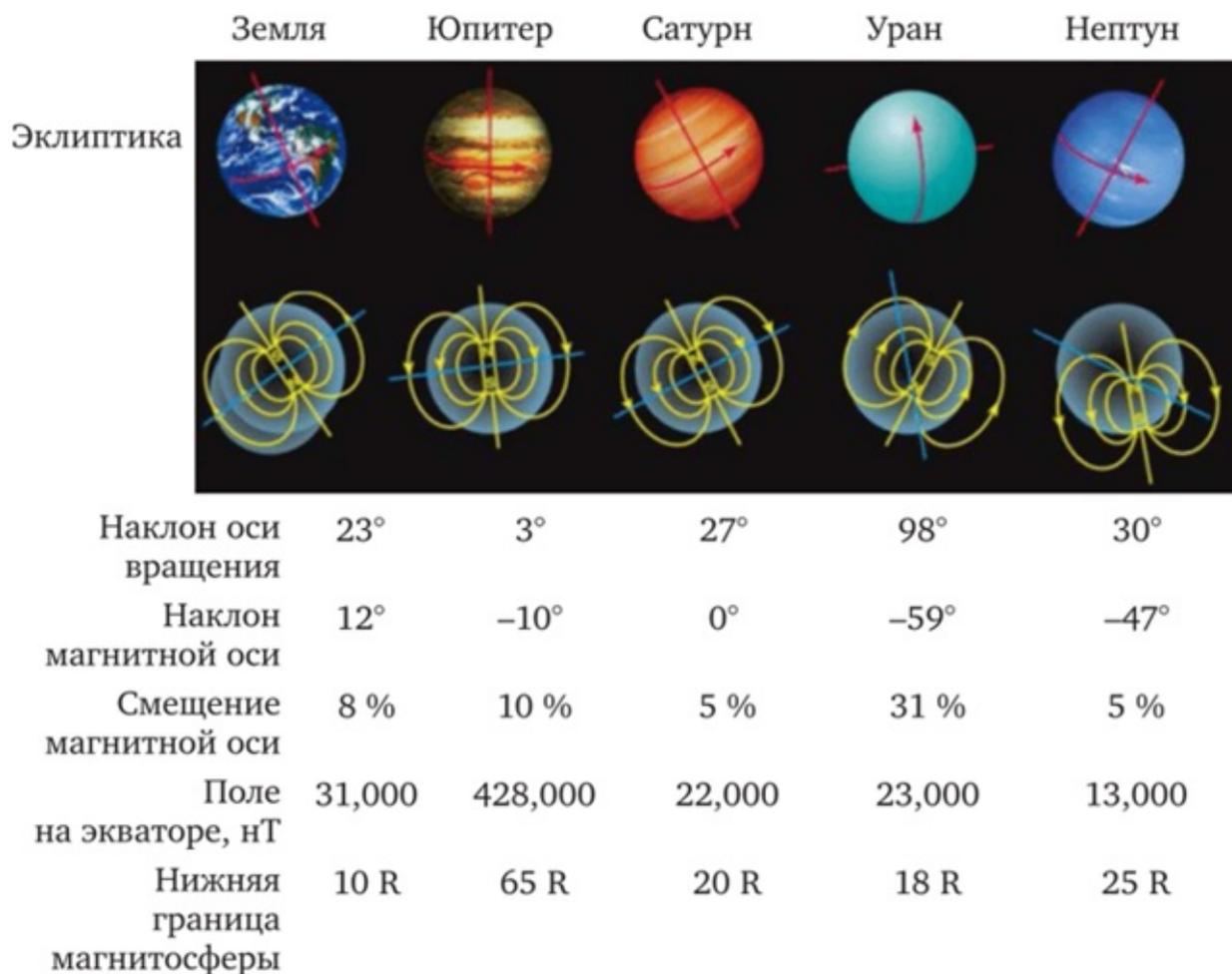
Если справедлива гипотеза гравитации как взаимодействие тел в магнитном поле, то мы должны наблюдать явления, аналогичные явлениям взаимодействия тел в магнитном поле в известных опытах с магнитами.

Как было замечено выше, максимальное взаимодействие тел должно быть в экваториальной плоскости шарообразного магнитного диполя. Если когда-либо в районе Солнца был поток космического «строительного материала» (частицы, пыль, и т. п.), то он под действием магнитного поля Солнца превращается в магнитные диполи и начинает группироваться в отдельные кластеры, подобно опилкам вокруг провода с током. В результате планеты в пространстве вокруг Солнца располагаются в плоскости, для которой характерно максимальное значение его магнитного поля. Эта плоскость называется эклипстикой.

На Фиг. 3 показаны наклоны магнитных осей к плоскости эклиптики. (Рисунок взят из Интернета).

Как видно на Фиг. 3, расположение магнитных полюсов планет соответствует расположению диполей, находящихся во внешнем магнитном поле.

Для Земли и других планет земельной группы как диполей, условные магнитные линии от Солнца являются входящими, т. е. магнитные поля Солнца и этих планет являются последовательными.



Фиг. 3. Магнитные поля планет Солнечной системы

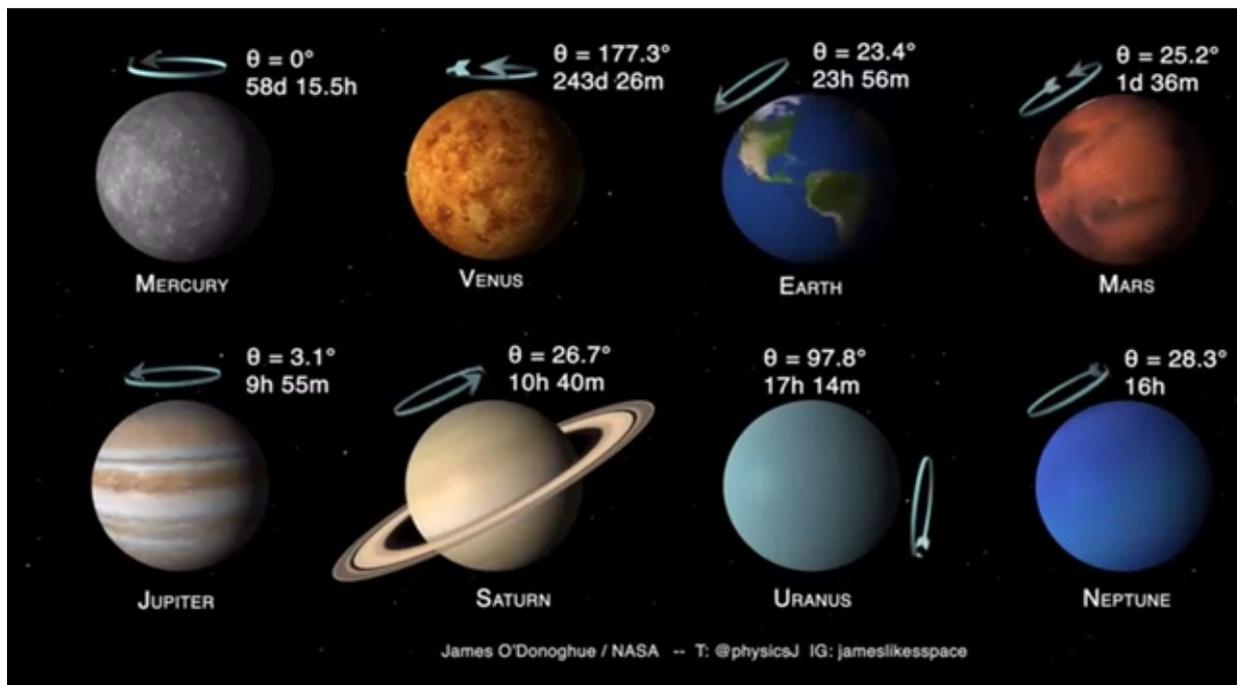
В горячей внутренней части, в которой температура выше точки Кюри, масса Земли состоит из парамагнетиков. В ней ферромагнетики превращены в парамагнетики. Холодная часть массы Земли состоит из парамагнетиков и ферромагнетиков.

Для Юпитера и Сатурна, масса которых в основном состоит из водорода и гелия (диамагнетики), их магнитные поля и магнитное поле Солнца являются встречными. Это отражено на Фиг. 3. Принято считать, что массы Урана и Нептуна, тоже, в основном, состоят из водорода и гелия. Но магнитные оси их полей значительно отклонены от эклиптики. Можно предположить, что масса этих планет кроме диамагнетиков содержит ферро- и парамагнетики, что приводит к квадрупольной форме их магнитных полей.

5. Ядра планет земной группы

Масса планет земной группы состоит из парамагнетиков и ферромагнетиков. Можно предположить, что причиной внутреннего разогрева планет земной группы является энергия, которая выделяется при перемагничивании ферромагнетиков, содержащихся в массе этих планет. Перемагничивание происходит при изменении положения планет относительно источника магнитного поля. В результате напряжённость магнитного поля изменяется. Ферромагнетики и парамагнетики перемагничиваются в соответствии с петлёй гистерезиса. На намагничивание и перемагничивание

тратится энергия, приводящая к нагреванию планет. Это приводит к уменьшению энергии планет при их вращении вокруг своей оси и орбитальном вращении. Уменьшение скорости вращения вокруг своей оси приводит к увеличению продолжительности суток планеты. Это можно проследить за планетными суточными периодами, представленными на Фиг. 4 (из Интернета).



Фиг. 4. Длительность суточного вращения планет

По мере уменьшения угловой скорости вращения уменьшается скорость перематывания. Можно предположить, что планеты Меркурий и Венера утратили в значительной степени энергию вращения. Увеличилась их годовая и суточная продолжительность, уменьшилась скорость перематывания, ядра планет остыли. Возможно, у них уже нет жидкого ядра.

У Земли и Марса остались достаточно высокие скорости вращения. Интенсивное перематывание поддерживает достаточно высокую температуру внутри планет, сохраняется расплавленное состояние ядра.

Предположение о замедлении скорости вращения планет вокруг своей оси возможно подтвердить исследованием палеонтологов. «Изменение длины дня в течение геологического времени было проверено подсчётом кольцевых линий у ископаемых кораллов. Кораллы откладывают на своём внешнем скелете в виде колец [карбонат кальция](#). Цикличность отложения колец связана как с дневным освещением, так и с периодическими сезонными изменениями. В 1963 году американский палеонтолог [Джон Уэллс](#) (1907–1994) доказал, что по кольцевым образованиям на эпитеке кораллов можно определить количество дней в году той эпохи, когда эти [кораллы](#) жили.» [2] Результат исследований отражён в представленной таблице Фиг. 5 (из Интернета).

Время	Геологический период	Длина суток, ч
Современность	Четвертичный	24
46 млн лет назад	Эоцен	23,7
72 млн лет назад	Мел	23,5
200 млн лет назад	Триас	22,7
340 млн лет назад	Карбон	21,8
380 млн лет назад	Девон	21,6

510 млн лет назад	Кембрий	20,8
1,4 млрд лет назад	Калимий	18,7

Фиг. 5. Таблица. Изменение длительности суток в разные исторические периоды.

Можно предположить, что со временем планеты земной группы, содержащие в своей массе ферромагнетики, растратят свою энергию вращения на энергию перемагничивания. Они перестанут вращаться вокруг своей оси и будут вращаться вокруг Солнца, повернутые к ней одной стороной. Подобно вращению Луны относительно Земли.

Перемагничивание ферромагнетиков может происходить и при орбитальном вращении планет. Например, при изменении траектории Земли изменяется расстояние до Солнца. Изменение расстояния приводит к изменению напряжённости магнитного поля Солнца в районе нахождения Земли и периодическому его увеличению и ослаблению, то есть к перемагничиванию. Потери на перемагничивание приведут к уменьшению орбитальной скорости, увеличению времени прохождения орбиты (длительности года), переходу планет на орбиты, более близкие к Солнцу. При таком предположении возможное объяснение эффекта «смещение перигелия Меркурия» сводится к фактору изменения фазы орбитального движения Земли при определении перигелия Меркурия.

У планет, масса которых состоит из диамагнитных газов, отсутствие гистерезиса позволяет им сохранять свои орбитальные и суточные вращения. Часть массы Урана состоит, предположительно, из парамагнетиков. Потери на их перемагничивание со временем приводят к увеличению длительности его суток, что отражено на Фиг. 4.

6. О несоответствии гипотезы гелиомагнитной гравитации

Всемирному закону тяготения Ньютона

Мы рассматривали взаимодействие Солнца и планет в области эклиптики, в которой эти взаимодействия максимальны. Считается, что взаимодействия удовлетворительно описываются принятыми законами гравитации. Для закона Всемирного тяготения имеет значения расстояние между объектами и не имеет значение пространственное расположение объектов. В гипотезе гелиомагнитной гравитации, основанной на магнитных взаимодействиях, взаимодействие зависит от распределения напряжённости магнитных полей объектов. Так, на одних и тех же расстояниях между объектами для области пространства в направлении осей магнитных полей напряжённость магнитного поля может быть многократно меньше по сравнению с экваториальной плоскостью магнита. В этих направлениях взаимодействие (притяжение) практически может отсутствовать. Это утверждение может быть проверено наблюдением за траекторией комет, астероидов и других космических тел, движущихся в этой области пространства.

Заключение

В гипотезе гелиомагнитной гравитации рассмотрение сил взаимодействия тел, определяемых как совокупность магнитных диполей, подобна рассмотрению взаимодействия масс тел в теории гравитации Ньютона. Отличие заключается в том, что сила взаимодействия гравитирующих тел по теории Ньютона зависит от расстояния между телами (центрами масс) и не зависит от положения в пространстве, а в предлагаемой гипотезе гелиомагнитной гравитации взаимодействие также зависит от распределения в пространстве напряженности магнитных полей гравитирующих тел.

Если рассматривать Солнце как источник магнитного поля, то его взаимодействие с планетами и планет между собой может удовлетворительно описываться принятыми законами гравитации в соответствии с теорией Ньютона, но только для области эклиптики.

Если звёзды в Галактике и эклиптика находятся в одной плоскости, то гравитацию следует рассматривать в области этой плоскости. Другие галактики могут находиться в других плоскостях. Для каждой галактики должен быть свой источник магнитного поля, определяющий гравитацию в своей области.

Гелиомагнитная гравитация является гипотезой. В пределах этой гипотезы находят объяснение причины нахождения планет в плоскости эклиптики, расположение звёзд в плоских галактиках, расположение осей и магнитных полюсов планет относительно Солнца как магнитного диполя. Рассмотрение массы планет земной группы как магнетиков в виде ферромагнетиков и парамагнетиков, имеющих свойство гистерезиса, позволяет при данной гипотезе объяснить замедление скорости их осевого вращения и орбитальной длительности.

Как любая гипотеза, гипотеза гелиомагнитной гравитации должна быть подвергнута верификации и фальсификации. Её конструктивная критика может привести к более адекватному пониманию причины гравитации и явлений взаимодействия в материальном мире.

Литература

1. Космическое магнитное поле Хайбрахманов С.А. 1,2*, Дудоров А.Е. 21 Коуровская астрономическая обсерватория, УрФУ, Екатеринбург2 Кафедра теоретической физик, ЧелГУ, Челябинск.

Для заметок: