

*Обозрение
актуальных
авторских
исследований
в различных
научных сферах*



Территория НАУКИ и ОБРАЗОВАНИЯ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



№2 – 2025 (11)

г. Москва



РОСТПОЛИГРАФ

**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ТЕРРИТОРИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ»
Г. МОСКВА****МАТЕРИАЛЫ РАЗМЕЩАЮТСЯ
НА САЙТЕ НАУЧНОЙ ЭЛЕКТРОНОЙ БИБЛИОТЕКИ (НЭБ)**

Журнал «Территория науки и образования» является рецензируемым научным периодическим изданием. Диапазон тематики научных изысканий, результаты которых могут быть представлены на страницах данного издания, включает в себя области гуманитарных, общественных, естественных наук, а также инженерно-технические исследования.

Рубрикатор журнала содержит разделы, ориентированные на авторские научные разработки в таких направлениях, как: право (в части законотворчества, путей совершенствования законодательства и опыта правоприменения), экономическая теория и практика (в том числе в сфере мирового хозяйства), социология и политология, языкознание и переводческое дело, педагогика и психология, культурология и искусствоведение, литературоведение и межкультурная коммуникация, реклама и PR, области точных наук, химия и биология, исследования в области медицины и здоровьесберегающих технологий, электро- и радиотехника, машиностроение и металлообработка и ряд других.

Журнал видит свою миссию в актуализации проблематики, находящейся в фокусе внимания академической науки (в частности, ведущих отечественных научных школ); создании условий для конструктивной полемики в научном сообществе. При этом редакционный совет журнала с должным вниманием относится к направляемым на рецензирование работам независимых исследователей и начинающих ученых (членов студенческих научных обществ и научных кружков).

Формат подачи авторских материалов, принятый в журнале, предполагает публикацию не только аналитических статей, обзоров литературы по отдельным темам, отчетов о завершенных и продолжающихся проектах (как фундаментального, теоретического характера, так и прикладного значения), но также рецензий на вышедшие в свет труды отечественных и зарубежных авторов, учебную и учебно-методическую литературу, монографические работы, а также репортажей о событиях из мира российской науки.

Широкий спектр дисциплин, которые входят в сферу научных интересов журнала «Территория науки и образования» как специализированного средства массовой информации, обязывает коллектив издания проводить тщательную верификацию авторских материалов на предмет их научной ценности, объективности и уникальности. Поэтому все направляемые в адрес издания тексты проходят обязательное рецензирование и проверку в системе «Антиплагиат». Такая политика редакции позволяет обеспечить высокое качество научной информации, публикуемой на страницах издания.

Редакция активно взаимодействует со многими российскими вузами, участвуя в проводимых ими научных мероприятиях (конференциях, форумах, тематических круглых столах), и находится на острие межвузовского научного сотрудничества. Авторитет издания, таким образом, выступает дополнительным преимуществом для авторов, сотрудничающих с журналом «Территория науки и образования» на постоянной основе.

Сайт издательства: <https://rostizdat.ru/territoriya-nauki-i-obrazovaniya/>

Подписано в печать 05.03.2025г.

По вопросам публикации обращаться по электронной почте

Приглашаем авторов к публикациям!

**УЧРЕДИТЕЛЬ И
ИЗДАТЕЛЬ:**

Кононенко Валерий Александрович

**ТИПОГРАФИЯ И ЕЕ
АДРЕС:**

Издательство «Ростполиграф» (г. Москва)
Наш адрес: 105187, г. Москва, ул. Вольная, 28/4, к.1

РЕДАКТОРЫ:

Акимова Елена Ивановна,
Широкова Светлана Андреевна

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР:

Лихачёва Ольга Николаевна

Кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры педагогики и межкультурных коммуникаций Академии маркетинга ИМСИТ

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Азларова Азиза Ахроровна

Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Банковское дело и инвестиции» Ташкентского Государственного Экономического Университета

Соловьев Владимир Михайлович

Историк, культуролог, доктор исторических наук, профессор, специалист по отечественной истории и культуре. профессор кафедры мировой культуры в Московском государственном лингвистическом университете (МГЛУ), является ассоциированным сотрудником Социологического института РАН и сотрудником Международного центра изучения русской философии при Институте философии Санкт-Петербургского университета

Журавлева Ирина Александровна

Кандидат экономических наук, доцент, советник государственной налоговой службы РФ 3 класса, член-корреспондент РАЕН, Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

Семянкова Ольга Ивановна

Кандидат филологических наук, доцент кафедры «Информационное обеспечение управления и производства», ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»

Казданян Сусанна Шалвовна

Кандидат психологических наук, доцент, зав. кафедрой психологии Экономико-юридического университета им. А. Мкртчяна, г. Ереван, Армения

Ковтунова Наталья Александровна

Ведущий научный сотрудник, кандидат сельскохозяйственных наук, ФГБНУ «Аграрный научный центр «Донской»

Дубровская Светлана Владимировна

Кандидат политических наук, профессор, Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

Атаев Загир Вагитович

Проректор-начальник управления научных исследований, профессор кафедры географии и методики преподавания, директор НИИ биогеографии и ландшафтной экологии, ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный педагогический университет», кандидат географических наук

Неверов Алексей Яковлевич

Кандидат юридических наук, доцент кафедры государственного права, Курганский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, независимый эксперт по подготовке аналитических материалов для органов государственной власти, член квалификационной коллегии судей Курганской области, помощник члена Общественной Палаты Российской Федерации

Пронина Наталья Андреевна

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры психологии и педагогики, ФГБОУ ВО «Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого»

Попова Евгения Сергеевна

Кандидат экономических наук, доцент, доцент, ВУНЦ ВВС «ВВА»

Колесников Александр Сергеевич

Кандидат технических наук, Доцент кафедры «Безопасность жизнедеятельности и защита окружающей среды» ЮКУ им. М. Ауэзова, Профессор Российской Академии Естествознания; член – корреспондент международной академии наук экологии, безопасности человека и природы; член – корреспондент Общественного фонда «Фонд поддержки развития международного педагогического творчества и науки»

Малиненко Эльвира Владимировна

Доцент кафедры конституционного и муниципального права, к.ю.н., доцент, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

Млынар Евгений Викторович

Заведующий кафедрой биологии и генетики, ФГБОУ ВО ДВГМУ, доцента кафедры Биологии, экологии, химии в ФГБОУ ВО «Тихоокеанский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ТОГУ»)

Мусаев Эльбек Таюфович

Кандидат юридических наук, Ташкентский государственный юридический университет, Республика Узбекистан

Кашпирева Татьяна Борисовна

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры романских языков, Тульский государственный педагогический университет им. Л. Н Толстого

Соронкулов Гульжигит Умарович

Заведующий кафедрой русского языка и литературы КГУ им. И. Арабаева (Бишкек, Кыргызстан), кандидат педагогических (методика преподавания русской литературы), доктор филологических наук

Мартынова Евгения Васильевна

ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», доцент, кандидат социологических наук

Бовина Юлия Анатольевна

К.т.н., доцент кафедры «Техносферная безопасность»,
ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева»

Худойбергатов Сардорбек Баходирович

Ташкентский государственный транспортный университет, доцент кафедры Электротехники, PhD, доцент



СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА:

ПСИХОЛОГИЯ

Жукова Тамара Эдуардовна, Романченко Юлия Сергеевна. ПСИХОДИАГНОСТИКА КАК ЭЛЕМЕНТ РАБОТЫ С ПЕРСОНАЛОМ 8

Мяклова Екатерина Александровна. ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ НЕВЕРБАЛЬНОЙ КРЕАТИВНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ЮНОШЕСКОГО ВОЗРАСТА В СИСТЕМЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ 16

ЭКОНОМИКА И ПРАВО

Масенко Елизавета Александровна, Шулепина Светлана Александровна. ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ И ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ 21

Новичков Дмитрий Евгеньевич, Дамбаева Изабелла Владимировна. ГОСУДАРСТВЕННЫЕ МЕРЫ ПО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ 25

Новичков Дмитрий Евгеньевич, Слукин Сергей Викторович. УЧАСТИЕ ГОСУДАРСТВА В ПРОЦЕССЕ НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ В КАЧЕСТВЕ КРЕДИТОРА 29

Холмогоров Денис Игоревич. ОТ «ОХВАТА» К «ВОВЛЕЧЕННОСТИ»: ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ МЕТРИК ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ В ЭПОХУ ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМАТОВ И ИММЕРСИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ 33





ПСИХОЛОГИЯ



ПСИХОДИАГНОСТИКА КАК ЭЛЕМЕНТ РАБОТЫ С ПЕРСОНАЛОМ

*Жукова Тамара Эдуардовна,
Романченко Юлия Сергеевна
Студенты,
НИЯУ МИФИ,
Москва*

*Научный руководитель: Бочкарева Татьяна Николаевна,
к.т.н., доцент кафедры финансового менеджмента,
НИЯУ МИФИ, Москва*

Статья посвящена проблемам повышения эффективности персонала и обеспечения безопасности предприятия посредством применения элементов психодиагностики в работе его кадровых служб. Учет психологических особенностей личности на различных этапах работы с кадрами, а также выявление корреляционных зависимостей между требованиями к персоналу и его психологическим состоянием повысит эффективность работы кадровых служб при приеме сотрудников на работу и принятии решений о ротации кадров.

Ключевые слова: *психотип сотрудника, эго-состояние (по Э. Берну), кадровая работа, эффективность персонала, психодиагностика.*

Эффективность работы коллектива является одним из важнейших факторов успешности любого предприятия. Поэтому важнейшими аспектами кадровой работы являются: подбор сотрудника на ту или иную должность и принятие решений о ротации кадров. Одним из инструментов, который позволяет обосновать управленческие решения в области управления кадрами, не ограничиваясь только «механистическим подходом», базирующемся на оценке уровня компетенций и эффективности персонала, является психодиагностика.

Цель данного исследования – выявление корреляции между требованиями к квалификации и профессиональным компетенциям сотрудника и индивидуально-психологическими особенностями, способностью к командно-проектной работе и возможным поведением в конфликтных ситуациях.

Подбор сотрудников является сложным и ответственным процессом, который требует глубокого понимания критериев и особенностей данной области. Как правило, кадровые специалисты обращают внимание на квалификации, образование и компетенции, а требования, которые предъявляются к соискателям, чаще всего включают в себя профессиональные знания и опыт работы, технические и IT-навыки, коммуникативные и межличностные навыки, умение работать в команде, управлять временем и задачами, а также креативность,

аналитическое мышление и т.д. В мире, где технологии и требования на рынке труда постоянно меняются, для успешного трудоустройства необходимо иметь широкий спектр квалификаций и гибкость в их применении. [1]

Именно психодиагностика позволяет определить психологическую склонность и профессиональную пригодность человека, его сильные/слабые стороны, потенциальные возможности и ментальные потребности. Эту задачу решают психологические методы оценки личности, которые могут применяться либо соло, либо в сочетании с другими оценочными методиками.

В настоящее время требования к потенциальным сотрудникам становятся все более строгими, не мало внимания уделяется психологии и её влиянию на производительность труда. Анализ психологии труда и организационной психологии теперь имеют ключевое значение для понимания того, как личностные особенности сотрудников влияют на их производительность. Например, психотипы работников определяют их поведенческие модели и реакции на стрессовые ситуации, играют основную роль в формировании рабочей атмосферы и командной динамики. Согласно транзакт-анализу Берна, эго-состояния также оказывают значительное воздействие на взаимодействие между коллегами, могут влиять на способность к сотрудничеству и разрешению конфликтов.

На сегодняшний день психологическая диагностика соискателя при приеме на работу является важным инструментом кадровой политики успешного бизнеса. Компании все больше осознают, что результативность проектов зависит не только от знаний и навыков сотрудников, но и от их личностных качеств. Психологический подход к подбору персонала позволяет выявить не только профессиональные компетенции кандидата, но и его способность к сотрудничеству, стрессоустойчивость, эмоциональную устойчивость и мотивацию.

Одной из современных тенденций при подборе персонала является использование различных методик и тестов, которые позволяют оценить психологические особенности кандидатов. К таким методам относят кейс-тесты, моделирование профессиональных ситуаций в игровой форме, интервью с психологами и психологические тесты.[2]

Одним из первых этапов этой работы является диагностика психотипа соискателя. Психотип может быть определен как модель человеческого поведения в жизни. Он является совокупностью устойчивых психологических характеристик, в том числе особенностей восприятия, реакций на стрессы, способов общаться и принимать решения. Психотип не является чем-то фиксированным. Он может меняться с возрастом и под влиянием жизненного опыта. Обычный человек сочетает в себе черты разных типов, а его поведение может меняться в зависимости от ситуации. Сегодня существует множество классификаций, которые отражают различия между психическими характеристиками. Эти классификации различаются по уровню обобщений, внутренней логической связанности, основаниям и другим аспектам.

Классификацию акцентуаций разработал немецкий психиатр Карл Леонгард в 1968 году. Опираясь на его труды и исследования русского учёного Петра Ганнушкина, советский психиатр, заслуженный деятель науки Андрей Личко создал собственную типологию личности. Позже более глубокие исследования психотипов на основе психоанализа произвели К.Г. Юнг и Г.Ю. Айзенк. Индикатор типа личности Майерс-Бриггс, MBTI, был разработан и введен в 1962 году И. Майерсом и К. Бриггсом на основе типологии К.Г. Юнга. Он состоит из 160 вопросов, включая 52 ассоциативных и вопросы о склонностях испытуемого. Ассоциативные вопросы основаны на выборе слов с противоположными значениями. Результаты испытаний рассчитываются по четырем

шкалам: экстраверт-интроверт, сенсорный-интуитивный, мыслительный-эмоциональный, рациональный-иррациональный. Суммируя баллы по шкалам, можно определить выраженность конкретных черт личности.

Теория психотипов является инструментом для **прогнозирования поведения человека** в различных ситуациях, что практически применимо для подбора кадров, разработки программ и управления группами.

Действительно, изучая психотип кандидата, можно понять, какие задачи ему будут легче или сложнее выполнять, какие виды коммуникации будут наиболее эффективными. В результате компании могут избежать конфликтов, повысить эффективность работы коллектива и обеспечить развитие сотрудников.

Для реализации целей исследования целесообразно рассмотреть следующую классификацию: паранояльный, эпилептоид, гипертим, истероид, шизоид, сензитив, гипотим, нарциссический, психопатический.

– Паранояльный. Этот тип людей отличается острым умом и глубоким аналитическим складом характера. Они способны к глубокому изучению информации и проведению сложных расчетов, что позволяет им видеть ситуацию в целом и прогнозировать ее развитие. Однако, несмотря на свой интеллект, они склонны избегать риска и предпочитают стабильность и безопасность. Их страх перед неудачей приводит к тому, что они тщательно обдумывают каждое решение, анализируя все возможные варианты и последствия. Люди данного типа часто работают в сферах, где требуется высокий уровень аналитических способностей: в правоохранительных органах, службах безопасности, аналитических отделах компаний.

– Эпилептоид. Представители данного типа предпочитают структурированную и обоснованную аргументацию, доверяют исключительно официальным источникам, не терпят спешки и неточностей. Спонтанные смены деятельности также не для них. Для них важен результат, а не процесс. Пресекают любые попытки обмануть их и четко следуют инструкциям. Педантичны и трудолюбивы. Их привлекают для работы социальные направления и медицина.

– Гипертим. «Душа компании». Непоседливые и креативные, люди с таким типом личности генерируют идеи и проявляют активность в работе. Они энергичны, создают комфортную среду, пространство для действий. Инициативны и стремятся к

лидерству в коллективе, не переносят монотонной труда. Однако неусидчивы и легкомысленны, с трудом сосредотачиваются на одной задаче, а также поверхностны и часто бессистемны. Часто создают видимость продуктивной деятельности.

– Истероид. Эти люди отличаются от других своей страстностью и эмоциональностью. Они жаждут внимания, даже если оно негативное, и не боятся быть в центре внимания. Их поведение часто бывает ярким и экстравагантным, они любят шокировать публику. Внешне они привлекательны, харизматичны и артистичны. Их поступки диктуются эмоциями, а не логикой. Умеют красиво говорить. Эмпатичны, отлично чувствуют эмоции других людей, могут воспроизвести их, “мимикрируют” под социум. Несмотря на их понимание чувств других, склонны к устраиванию истерик и провоцированию конфликтов, если начинают подозревать, что фокус внимания сместился с них.

– Шизоид. Представители данного типа выделяются интроверсией, замкнутостью в себе. Они подозрительны, скрытны, эмоционально холодны. Эти люди обладают потенциалом и способностями, но нуждаются в индивидуальном подходе. Их уникальное видение мира и нестандартный взгляд требуют особого внимания. Они способны на многое, но им сложно следовать общепринятым правилам и требованиям, что приводит к несистематическому подходу к работе. Такие люди обладают большой теоретической базой, но при этом имеют небольшой практической опыт. При работе с ними в команде необходимо учитывать, что многие вещи для них неочевидны или воспринимаются ими как нечто необычное.

– Сензитив. Этот тип людей отличается высоким уровнем эмпатии. Чувствительны к эмоциональному климату в коллективе. Такие люди обладают сильным чувством самодисциплины, ответственности и добросовестности. Они критически относятся к себе, ставя перед собой высокие стандарты. Стремятся к самосовершенствованию и преодолению своих недостатков. В команде способны манипулировать окружающими, подталкивая к принятию выгодных им решений.

– Гипотим. Данный тип характеризуется склонностью к пессимизму и подавленным состоянием. Представители данного типа стараются не привлекать к себе внимания, быстро устают от работы и общения с коллективом. Избегают лишних волнений, деликатны и тактичны в самых щепетильных вопросах и провокационных темах. Склонны к

самобичеванию, за каждую самую незначительную ошибку ругают себя. В командной работе гипотимы проявляют себя как подозрительные, недовольные и угрюмые личности. Без особой радости берутся за новые задачи, такие люди не стремятся к лидерству, не выступают мотиваторами, скорее опасливо ждут нововведений на работе.

– Нарцисс. Люди данной типа ценят свою независимость. Они всегда стремятся к совершенству, подчеркивая свою уникальность. Для них важно признание, и они не терпят конкуренции. Они обладают глубокими познаниями в своей области, проявляют креативность, а также умение понимать людей. В коллективе ясно излагают свои идеи и могут убедить оппонента в своей правоте. Несмотря на это, представители этого типа часто самолюбивы, заносчивы и высокомерны в общении с окружающими. Могут легко игнорировать потребности коллег по команде. Им тяжело даются разговоры на личные темы и критика.

– Психопат. Данный психотип характеризуется созданием хитрых и четких планов, использованием для достижения своих целей других людей. Они не испытывают “лишних” эмоций, но способны воссоздать их в зависимости от ситуации. Нетерпимы к каким-либо ограничениям, им всегда нужно пространство для манёвра. При работе в команде проявляют себя как трудоголики, работают интенсивно и на износ. Энергичны, ведут активный социальный образ жизни. Однако, в своей неустойчивой фазе могут игнорировать общепринятые правила, демонстрировать непостоянность в побуждениях.[3]

Таким образом, определение психотипа кандидата при приеме на работу имеет огромное значение, так как это помогает оценить соответствие личности кандидата требованиям должности и коллективу.

Проведение психологического тестирования уже действующих сотрудников обусловлено, как правило, необходимостью принятия решений о кадровых перестановках в коллективе. В этом случае оцениваются не только коммуникативные способности сотрудника и его лояльность компании, но и способности к обучению и развитию, рефлексия, стрессоустойчивость, лидерские качества.

Однако, многие крупные компании пошли дальше. Они регулярно проводят психологические аттестации, по результатам которых не только оценивается соответствие работников занимаемым должностям и принимаются решения о формировании

кадрового резерва и текущих кадровых перемещениях. Результаты психологической аттестации используются также для разработки профилактических мер по противодействию профессионального и эмоционального выгорания сотрудников, корректировки системы мотивации персонала и повышения квалификации кадров.

Зачастую складывается впечатление о том, что командная работа занимает меньше времени и требует прикладывать меньше усилий нежели индивидуальные проекты. Коллегиальное принятие решений и совместная генерация оригинальных идей позволяет снизить градус персональной ответственности, а делегирование полномочий в решении сложных и неприятных задач значительно упрощают рабочий процесс. Однако, при работе в команде специалисту приходится сталкиваться не только с профессиональными различиями со своими коллегами по команде в вопросах знаний и опыта, но и с их личностными особенностями. Проблема отсутствия доверия при делегировании полномочий в этом случае мешает сосредоточить внимание на достижении общих результатов. В действительности, эмоциональная составляющая важна как для этапа организации процесса, так и для выполнения и подведения итогов. Коммуникация и гармония в коллективе напрямую влияют на эффективность членов команды. Именно поэтому руководители всё чаще обращают внимание на «социально-психологический климат» в коллективе. Беря во внимание сильные и слабые стороны людей с разными психотипами, лидер должен не только правильно распределить обязанности в группе, но и повлиять на создание благоприятной психологической среды для работы.

При подборе персонала для командной работы и групповых проектов специалисту по подбору кадров важно учитывать коммуникативные навыки, способность к сотрудничеству, лидерские качества, умение работать в коллективе и уважать мнение других. Также важны адаптивность, гибкость, умение решать конфликты и принимать решения в условиях неопределенности и перемен. Кроме того, нужно обращать внимание на его ценностные ориентации. На самом деле, это может быть сложным процессом из-за необходимости сбалансировать разнообразные характеристики соискателей. По многим причинам у кадрового специалиста возникают трудности при определении потенциала сотрудника для работы в группе, особенно

если он не имеет опыта работы в команде. Как правило, именно нехватка опыта может стать препятствием для продуктивного участия в проекте. Не менее важным фактором является уровень эмоционального интеллекта. Способность к управлению своими эмоциями и эмпатия к коллегам играют основную роль в формировании позитивного рабочего климата. В задачи кадрового работника также входит эффективно распределить роли и задачи между участниками проекта. Для успешного выполнения группового задания важно, чтобы каждый участник осознавал свою ответственность.

Межличностные отношения формируются в зависимости от характерных черт каждого индивида. Это свойство совместной деятельности можно рассматривать как ключевое условие для социально-психологической интеграции участников, являясь основой для формирования и развития межличностных связей через функционально-ролевые взаимодействия.

При организации совместной работы необходимо учитывать осознание соучастниками своего вклада в общую деятельность. Это возможно лишь при наличии взаимопонимания между коллегами, что во многом зависит от их системы ценностей и, по нашему мнению, типа личности. Поскольку субъектом совместной деятельности является индивидуум, его личные особенности так же важны, как и социально-психологические характеристики группы. Учитывая, что психические процессы каждого участника влияют на стратегии и типы взаимодействия в группе, тип личности становится психологическим фактором, определяющим качество совместной работы. Взаимопонимание между членами команды, основанное на взаимодополнении сильных сторон различных психотипов, может повысить производительность труда. Если люди с разными типами личности могут компенсировать недостатки друг друга, это способствует достижению лучших результатов с минимальными затратами.

Совместимость в команде зависит от психотипов сотрудников. Психологическая несовместимость, напротив, приводит к снижению производительности, конфликтам и негативным эмоциям.

Таким образом, для повышения результативности и качества работы при формировании группы следует учитывать типы личностей участников, что подразумевает предварительное типирование предполагаемых членов команды.[4]

Следует отметить, что особенности внутренних характеристик чаще всего проявляются в нашем поведении. Интересно, что такие аспекты, как мотивы, склонности, способности, характер, темперамент, идеалы, ценности, а также волевые, эмоциональные и интеллектуальные черты и соотношение сознательного и бессознательного – это лишь часть характеристик, которые формируют нашу модель поведения.

Эрик Леннард Берн определял эго-состояния как «целостные системы мышления и эмоционального переживания, проявляющиеся в определённой модели поведения». Он выделял три основных типа, названных по принципу семейности: Родитель, Взрослый и Ребёнок. Эти термины стали широко известными. С одной стороны, они оказали положительное влияние, так как хорошо описывают психические реалии, которые Берн стремился выделить в психотерапии. С другой стороны, они стали бытовым термином, что привело к потере доверия со стороны научного сообщества, несмотря на их концептуальную целостность и эффективность.[5]

Взаимосвязь между этими эго-состояниями проявляется в том, как они взаимодействуют друг с другом в различных ситуациях. Например, при столкновении с трудной задачей, Взрослый может анализировать ситуацию, собирать информацию и принимать решения на основе логики и фактов. Однако в этом процессе могут вмешиваться эмоции Ребёнка, вызывая страх или неуверенность. В таких случаях важно, чтобы Опекающий Родитель поддержал Ребёнка, обеспечив ему безопасность и уверенность.

Кроме того, эти состояния имеют важную связь с историко-биографическим подходом, который изучает развитие личности в младенчестве в контексте отношений с родителями. На самом деле эти названия не охватывают все явления, которые функционально являются эго-состояниями и оказывают положительное влияние на протяжении жизни. К ним относятся Опекающий Родитель, Индивидуализирующий Взрослый и Опекаемый Ребёнок. Эти термины лучше отражают основные положительные функции трёх главных эго-состояний и могут быть полезны не только в психотерапии, но и для общего личностного роста.

Важно отметить, что гармония между этими состояниями способствует более здоровому поведению и принятию решений. Когда Взрослый находится в балансе с Ребёнком и Родителем, человек способен

более эффективно справляться с жизненными вызовами. Напротив, доминирование одного из состояний может привести к внутренним конфликтам и затруднениям в межличностных отношениях.

Например, когда команда сталкивается с проблемой в проекте и необходимостью найти решение, сотрудник может активировать свое эго-состояние Взрослого, в котором он анализирует ситуацию объективно, собирает факты и данные, рассматривает различные варианты решений. Такой подход способствует конструктивному обсуждению в команде, помогает избежать эмоций и конфликтов, что позволяет быстрее и эффективнее находить оптимальное решение проблемы. Результатом становится успешное завершение проекта в срок.

В противоположном случае, – сотрудник находится в эго-состоянии Ребенка – при получении критических замечаний по результатам выполненного задания он может испытывать страх или обиду, что приводит к снижению мотивации и продуктивности. Вместо того чтобы воспринимать критику как возможность для роста, работник может замкнуться в себе или начать избегать общения с коллегами. Это негативно сказывается на его рабочей эффективности и может привести к ухудшению отношений в команде.

Таким образом, понимание взаимосвязи между эго-состояниями позволяет не только лучше осознавать свои реакции на различные ситуации, но и развивать эмоциональную гибкость и способность к адаптации в коллективе. Это знание может стать мощным инструментом для личностного роста и улучшения качества жизни.

Для решения проблем, связанных с эго-состоянием в команде, работодателю следует принимать ряд мер. Например, проводить тренинги по развитию эмоционального интеллекта, создавать условия для раскрытия потенциала каждого сотрудника, стимулировать взаимодействие и взаимопомощь внутри команды. Важно также обеспечивать команду информацией и поддержкой, чтобы участники чувствовали себя уверенно и значимо для общего дела.

Эго-состояние играет ключевую роль в командной работе, и его изменение может повлиять на результативность работы группы. Важно уметь управлять своим эго-состоянием и помогать другим в этом, чтобы создать благоприятную атмосферу для успешного сотрудничества.[6] [7]

Проведенные исследования свидетельствуют о том, что работа с кадрами

является одним из важнейших аспектов деятельности любого предприятия. И она требует постоянного совершенствования инструментов и методов с учетом современных реалий. Эффективный рекрутмент влияет на выживаемость компании на рынке, поскольку правильный подбор сотрудников способствует повышению производительности и улучшению бизнес-процессов. Поскольку кадровым службам часто приходится сталкиваться с нехваткой опытных кадров, важно разработать стратегию рекрутмента, которая позволит привлечь и удержать нужных специалистов.

Для эффективного рекрутмента требуется использовать комплексный подход, учитывать любые изменения рынка труда и бизнес-среды. Важно также уделять внимание культуре компании и обеспечивать сотрудникам развитие, возможности для роста и профессионального самовыражения, чтобы обеспечить стабильность и рост компании.[8]

В качестве инструментов по работе с персоналом на этапах подбора и ротации кадров, а также для оценки социально-психологического климата и степени стрессоустойчивости и профессионально-психологического выгорания сотрудников можно рассмотреть следующие:

Создание правильной репутации работодателя. Имидж компании играет важную роль в привлечении талантливых специалистов и сохранении лояльности сотрудников. Создание и поддержание положительного имиджа компании требует постоянной работы по развитию тенденции employer branding. Employer branding – это стратегия, направленная на создание и развитие положительного восприятия компании потенциальными и текущими сотрудниками. Определение ценностей компании, предложение уникального опыта работы, привлечение и удержание талантливых сотрудников, продвижение компании на рынке труда и т.д. содействуют улучшению кадрового потенциала и конкурентоспособности компании на рынке труда.

Психологическое типирование. Внедрение психологического типирования в рекрутинг является важным этапом в кадровой работе, который позволяет более точно подбирать кандидатов на вакансии в соответствии с требованиями работодателя. Психологическое типирование помогает определить особенности личности кандидата, его мотивацию, способности. Без проведения психодиагностики можно пропустить потенциально хороших кандидатов, а также рисковать наймом неадекватных сотрудников, чьи интересы не коррелируются с интересами

компании. Негативные последствия отказа от психодиагностики могут быть разнообразными: начиная от недопонимания в команде и конфликтов до снижения производительности и увеличения текучести персонала. Один из примеров исследований показывает, что компании, отобравшие персонал с помощью психодиагностики, имели более высокую производительность и сниженный уровень текучести персонала.

Психологические тесты при приеме на работу позволяют оценить личностные качества, интеллектуальные способности, мотивацию и профессиональные навыки кандидата. Они помогают определить соответствие кандидата требованиям вакансии, его потенциал для развития и адаптации к компании. Кадровому сотруднику важно обращать внимание на адекватность проведения психологических тестов, их правильную интерпретацию и использование результатов в процессе отбора персонала. Также необходимо учитывать этические аспекты при использовании психологических тестов и соблюдать конфиденциальность данных кандидатов.

Кейс-тесты. Эти тесты позволяют оценить навыки и знания сотрудников, их способность принимать решения в сложных ситуациях, а также их умение адаптироваться к новым ситуациям. Для успешной работы кейс-тесты должны проходить в формате, максимально приближенном к реальным рабочим ситуациям. Работники должны иметь возможность проявить свои способности и навыки, сделать выводы на основе имеющейся информации и продемонстрировать свои навыки коммуникации и работы в команде.

Периодическая психологическая аттестация действующего персонала.

Особенности кадровой работы включают в себя не только поиск и отбор персонала, но и адаптацию новых сотрудников, развитие их профессиональных навыков, мотивацию и удержание на рабочем месте. Кадровики сталкиваются с различными задачами, связанными с поддержанием баланса между потребностями компании и ожиданиями сотрудников.[9]

С этой целью по результатам психологических исследований могут быть разработаны:

Система мер психологической поддержки сотрудников, учитывающая их психотипы, позволяет лучше понять индивидуальные потребности и особенности каждого работника. Поскольку разные психотипы по-разному реагируют на стресс и давление, адаптированные методы поддержки помогают избежать выгорания и повысить продуктивность. Осознание психотипов

помогает руководству формировать более гармоничную рабочую атмосферу, где каждый сотрудник ощущает свою ценность и понимание. Психологическая помощь, учитывающая индивидуальные особенности, может улучшить взаимодействие в команде, способствуя более эффективному сотрудничеству между коллегами. Сотрудники, получающие поддержку в соответствии со своими психотипами, чаще проявляют высокую мотивацию и преданность компании. Индивидуализированный подход к психологической помощи помогает выявлять скрытые проблемы и конфликты на ранних стадиях, предотвращая их развитие.

Мероприятия по проведению совместного досуга персонала. Совместные мероприятия позволяют сотрудникам

восстановить силы, отвлечься от рабочих задач и вернуться к обязанностям с новыми идеями и энергией. Кроме того, совместный досуг способствует сплочению, укрепляя командный дух и улучшая взаимопонимание в коллективе. Регулярные перерывы для совместного времяпрепровождения способствуют снижению стресса и увеличению креативности, что положительно влияет на общую производительность.

Программы мотивации и поощрений.

Таким образом, внедрение элементов психодиагностики в работу кадровых служб предприятий – это не только дань модным тенденциям, но и один из важнейших инструментов повышения эффективности использования человеческого капитала компании и ее конкурентоспособности.

Список использованных источников

1. Психология в подборе персонала: как понимание психологических типов по Э. Берну помогает в работе [Электронный ресурс]: <https://hrtime.ru/material/psikhologiiia-v-podbore-personala-kak-ponimanie-psikhologicheskikh-tipov-po-115440/> – (Дата обращения: 07.10.2024).
2. Анненкова А.С. Управление нововведениями в кадровой работе организации // Экономика и социум. – 2014. – С. 386 – 387.
3. Щеголева М.Е. Определение психотипов личности с использованием экспресс-диагностической методики // Психопедагогика в правоохранительных органах. – 2006. – С. 102 – 105.
4. Григорова Ю.Б. Влияние типов личности на совместную деятельность // Современная высшая школа: инновационный аспект. – 2012. – С. 181 – 183.
5. Методы оценки персонала при отборе [Электронный ресурс]: <https://habr.com/ru/articles/799007/> – (Дата обращения: 07.10.2024).
6. Малышева О.А., Малышев К.Б. Базисная модификация типологии эго-состояний личности по Э. Берну и ее измерение // Проблемы современного педагогического образования. – 2022. – С. 302 – 304.
7. Куракина М.А. Актуальность понимания эго-состояний в деловом общении // Вестник Национального института бизнеса. – 2017. – С. 101 – 104.
8. Методы оценки персонала при отборе [Электронный ресурс]: <https://assessmentsystemsruussia.ru/blog/articles/metody-ocenki-personala-pri-otbore/> – (Дата обращения: 09.10.2024).
9. Психологические методы оценки персонала [Электронный ресурс]: <https://www.klerk.ru/materials/2022-05-24/psihologicheskie-metody-ocenki-personala/> – (Дата обращения: 10.10.2024).

PSYCHODIAGNOSTICS AS AN ELEMENT OF WORKING WITH STAFF

Zhukova T.E., Romanchenko I.S.

Scientific director: Bochkareva T.N.

The article is devoted to the problems of improving the efficiency of personnel and ensuring the safety of the enterprise through the use of elements of psychodiagnosics in the work of its personnel services. Taking into account the psychological characteristics of a person at various stages of working with personnel, as well as identifying correlations between personnel requirements and their psychological state, will increase the efficiency of personnel services when hiring employees and making decisions about personnel rotation.

Keywords: *employee's psychotype, ego state (according to E. Bern), personnel work, staff effectiveness, psychodiagnosics.*

УДК 159.9

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ НЕВЕРБАЛЬНОЙ КРЕАТИВНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ЮНОШЕСКОГО ВОЗРАСТА В СИСТЕМЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Мяклова Екатерина Александровна

Педагог-психолог,

Государственное профессиональное образовательное учреждение

«Кемеровский техникум индустрии питания и сферы услуг»,

г. Кемерово, Россия

В статье представлены результаты теоретического и экспериментального исследования по изучению образной креативности студентов, получающих среднее профессиональное образование. Получены данные, позволяющие сформировать представление о творческой активности испытуемых, описаны особенности творческого мышления выборки, намечены пути формирующего воздействия в рамках долгосрочной работы. Изучены работы зарубежных (Дж. Гилфорд, Е. Торренс, С. Медник, Р. Стернберг) и отечественных авторов (Д. Б. Богоявленская, В. Н. Дружинин, И. Б. Дерманова, М. А. Крылова) по проблеме креативности и творческой деятельности. Выявлены общие определения креативности, интерпретирующие креативность как создание какого-либо продукта, который представляет ценность с точки зрения уникальности и новизны, как для отдельной личности, так и для общества в целом.

Ключевые слова: *образная креативность, творческий потенциал, продуктивность творческой деятельности, оригинальность, образные конструкты.*

Необходимость построения психолого-педагогической модели сопровождения развития образной креативности студентов, обучающихся по программам среднего профессионального образования, обусловлена тем, что современная система обучения предполагает определенный уровень развития креативности, куда входит развитое логическое мышление, умение построить причинно-следственную связь, выявить главное и найти нестандартное решение. В настоящее время в системе образования есть серьезное противоречие между необходимостью повышения качества подготовки студентов и низкой эффективностью системы обучения. Именно поэтому проблема психолого-педагогического сопровождения развития креативности студентов СПО является актуальной.

Первое упоминание о креативности в целом связано с именем Д. Симпсона, который определил её как способность субъекта преодолевать стереотипы и шаблоны мышления [3]. По аналогии с этим определением Дж. Гилфорд описывает креативность как способность к созданию большего количества нестандартных решений в ограниченный промежуток времени [3].

По мнению Э. Торренса, креативность стоит определять как способность к

обостренному восприятию пробелов в знаниях, недостающих элементов, поиску решений и догадок, недостающих для решения, формированию гипотез, проверке, перепроверке этих гипотез, и их модификации. Опираясь на концепцию Э. Торренса, который предложил модель соотношения креативности и уровня интеллекта, сотрудники лаборатории РАН провели исследование способностей испытуемых и увидели парадоксальное явление: личности с высокими показателями креативности намного хуже своих единомышленников решают задачи на продуктивное мышление [4].

Как отмечают авторы Удалова Т.Ю., Мордык А.В. и Иванова О.Г, именно обучающиеся юношеского возраста способны наиболее эффективно преобразовывать проблемную ситуацию и неблагоприятные обстоятельства в творческую задачу. Авторы пишут, что у студентов есть все характеристики, способствующие креативности, но есть и качества, мешающие ей, а именно: боязнь неудачи или страх, что общество будет осуждать их самих или продукты их творчества, что сковывает процесс творческой деятельности [5].

По мнению И. Б. Дермановой и М. А. Крыловой, креативность делится на два вида: вербальную (словесно-творческое

мышление) и невербальную (изобразительное творческое мышление) [1]. Невербальная креативность – это проявление творческих способностей, как правило, в виде продуктов изобразительного искусства, различных картин, рисунков, графики и т.д. В то же время невербальная креативность характеризуется развитым образным, объемно-пространственным мышлением, которое испытуемый задействует при решении задач, требующих применения гибкости мышления, умения создать новое и видоизменить уже существующие образные конструкторы [6].

Э. Торренс отождествляет креативность с чувствительностью к проблемам, дефицитом знаний и их рассогласованностью; определением этих проблем; поиском их решений через выдвижение гипотез и их проверкой, а также с формулированием и сообщением результата решения. В отношении невербальной креативности основными показателями здесь являются: скорость (беглость) как способность к созданию большого числа идей в единицу времени, выражающихся в виде изобразительных образов; пластичность (гибкость) – способность выдвигать разные

необычные идеи, переходить от одного аспекта проблемы к другому, использовать разнообразные стратегии решения проблем; оригинальность – способность к генерации идей, имеющих значение с точки зрения уникальности; тщательность разработки идей и их детализация [2].

Таким образом, в данном исследовании под вербальной креативностью, мы подразумеваем словесные продукты творческой деятельности; под невербальной креативностью – продукты изобразительного творчества.

Экспериментальной базой исследования выступил Кемеровский техникум индустрии питания и сферы услуг, в исследовании приняли участие 74 студента 1 курса обучения, в возрасте от 15 до 18 лет. В качестве инструмента исследования была выбрана методика: Тест диагностики уровня креативности Э.Торренса в адаптации Е.Туник. Для получения статистических данных была использована программа Statistica 10, результаты описательной статистики по данному тесту представлены ниже (см.таблицу 1).

Таблица 1 – Результаты описательной статистики по тесту диагностики креативности Торренса в адаптации Е.Туник

Показатель	Среднее значение	Max	Min	Стандартное отклонение	Генеральная дисперсия	Мода
Беглость	14	37	0	4,88	23,8	10;19
Оригинальность	6,7	15	0	3,9	15,7	6
Абстрактность названия	1,8	22	0	3,2	10,5	0
Соппротивление замыканию	8	19	0	4,1	16,8	7
Разработанность	43	62	10	18	323	32
Общий уровень креативности	14,7	28	3	5,2	27,2	16

По результатам теста можно сделать вывод, что испытуемые отличаются низкой творческой продуктивностью. Наблюдается тенденция к упрощению явлений и предметов, которые они пытались изобразить. По некоторым рисункам без подписи невозможно понять, что изображено, иные стимульные фигуры испытуемый не пытался дорисовать или видоизменить, ограничиваясь подписью рядом. В субтесте 3 около половины испытуемых оставили линии пустыми, другие нарисовали карандаши, линейки, ручки, и другие неоригинальные рисунки.

Анализируя результаты теста, можно сделать вывод о том, что самые высокие показатели по критерию «Беглость» наблюдаются в группах, которые обучаются

по направлениям «Повар-Кондитер», «Торговое дело» и «Технология продуктов питания из растительного сырья», что может быть объяснено спецификой подготовки данных специалистов, включающей в себя освоение профессиональных курсов, ориентированных на развитие, в том числе, творческого мышления и креативного подхода.

Показатели по критерию оригинальности являются наиболее значимыми в этом тесте, поскольку дают представления о специфичности развития творческого мышления испытуемого. Анализируя таблицу 1, можно увидеть, что среднее значение по этому критерию составляет 6,7 баллов; иначе говоря,

большинство испытуемых дало в общей сложности около 6 оригинальных ответов (рисунков) во всех субтестах. Учитывая, что в субтесте 1 дается одна стимульная фигура, в субтесте 2 – 10, а в субтесте 3 – 30 пар линий, это низкий показатель оригинальности выполнения теста.

По результатам теста наблюдается негативная тенденция к преобладанию низкой оригинальности ответов, что можно объяснить личностными особенностями студентов, незаинтересованностью в творческой активности и отсутствием мотивации. Этот факт подтверждается показателями генеральной дисперсии по критерию «Оригинальность», которая составляет 15,7. По результатам теста есть различия в показателях оригинальности ответов испытуемых, в выборке наблюдается большой разброс данных.

Анализируя критерий «Абстрактность названия», можно сделать вывод об уровне сформированности способности испытуемых выделять главное и понимать суть проблемы, где большое значение уделяется процессам мыслительной деятельности. В этом критерии оценивается только название рисунка, поэтому уникальными могут считаться рисунки с минимальной проработанностью предмета, но с оригинальным названием. Оригинальное название помогает воспринимать рисунок глубже, и делать вывод об уровне креативности мышления. Среднее значение по этому критерию равно 1,8 балла, что характеризует выборку как испытуемых, имеющих очень низкий уровень развития способности к процессам синтеза и обобщения. В данном тесте упомянутые способности проявляются через уровень абстрактности названий, придуманных испытуемым к своим рисункам. Практически все испытуемые подписывали свои рисунки одним словом, которое называет класс предмета, например, корова, ложка, елка, горы, ключ и т.д. Гораздо меньше испытуемых давали простые описательные названия, которые описывают конкретные свойства нарисованных объектов, и они выражают на вербальном уровне то, что мы видим на рисунке.

Мода по критерию «Абстрактность названия» равна 0 – столько баллов дается очевидным названиям, простым заголовкам (наименованиям), констатирующим класс, к которому принадлежит нарисованный объект. Такие названия состоят из одного слова, и не представляют никакой ценности с точки зрения уникальности и оригинальности мышления испытуемого.

Генеральная дисперсия по критерию «Сопrotивление замыканию» является высокой, составляет 16,8 баллов. В выборке присутствуют различия в способностях к использованию привычных образных конструкторов: менее творческие испытуемые при выполнении теста пользовались типичными способами замыкания фигуры; более творческие – старались уйти от простого замыкания фигуры. Например, если фигура замыкается с помощью прямой или кривой линии, сплошной штриховки или раскрашивания, если испытуемый изобразил буквы или цифры, то такие рисунки оцениваются 0 баллов, поскольку нет никаких деталей, указывающих на степень оригинальности ответов. Для данного теста имеет значение тот случай, когда стимульная фигура на рисунке не замыкается вообще, и остается открытой частью закрытой фигуры (например, улыбка на лице).

Далее перейдем к анализу результатов по критерию «Разработанность», который в данном тесте отражает способность к детализации рисунков. Среднее значение по этому критерию составляет 43 баллов, и характеризует испытуемых как, имеющих низкую способность к проработке придуманных идей. Рисунки испытуемых отличаются минимальной разработанностью, они однообразны, в основном это прямые и ломаные линии, штриховка, буквы и цифры, либо детали, относящиеся к одному и тому же классу, например, лепестки, ветки, отметки на линейке и т.д.

Последний показатель в данной тесте – это общий уровень креативности. В данной выборке почти все испытуемые имеют очень низкий уровень креативности – 14,7 баллов. Анализируя ответы испытуемых, можно отметить, что почти все они дают небольшое количество неоригинальных ответов (рисунков) (низкая беглость, низкая оригинальность); но также имеются варианты с большим количеством неоригинальных рисунков (высокая беглость, низкая оригинальность); кроме этого, присутствует такой вариант: мало рисунков, но все из них оригинальны (низкая беглость, высокая оригинальность).

Помимо этого, стоит добавить, что очень часть выборки предлагает большое количество оригинальных рисунков (высокая беглость, высокая оригинальность). Кроме этого, некоторые испытуемые предлагают большое количество оригинальных рисунков, но не стремятся детально их разрабатывать; другие – предлагают мало оригинальных идей, но очень хорошо справляются с детализацией. Часть испытуемых имеют низкий балл по

критерию «Разработанность», хотя могут иметь высокие оценки по критериям «Оригинальность». У испытуемых с очень высоким уровнем детализации наблюдается стремление как можно лучше развить свою идею, в результате чего они не успевают вовремя завершить работу.

Подводя итог вышесказанному, отметим: на настоящий момент времени испытуемые характеризуются низким уровнем общей креативности, низкой творческой продуктивностью. По результатам теста наблюдается негативная тенденция к преобладанию низкой оригинальности ответов, что можно объяснить недостаточной

сформированностью культурного развития испытуемых. Анализируя результаты теста, можно сделать вывод о том, что самые высокие показатели образной креативности наблюдаются в группах «Повар-Кондитер», «Торговое дело» и «Технология продуктов питания из растительного сырья», что может быть объяснено спецификой подготовки данных специалистов. Таким образом, отметим, что проведенное исследование позволило наметить дальнейший путь развития образной креативности в рамках психолого-педагогического сопровождения развития креативности обучающихся юношеского возраста.

Список использованных источников

1. Дружинин В.Н. Психология общих способностей – СПб.: Питер, 1999. – 368 с.
2. Дудорова Е.В., Шумкова С.В. Особенности вербальной и невербальной креативности у учащихся социального и художественного направления обучения // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2018. – №2/2018. – С.271 – 277.
3. Качай И.С. Культурфилософские основания соотношения феноменов «творчество» и «креативность» // Человек и культура. – 2024. № 3/2024. С. 52 – 85.
4. Рожкова, С.В. Сравнительный анализ понятий «креативность» и «творчество» // Психолого-педагогический журнал «Гаудеамус». – 2018. №1/2018. – с.85 – 87.
5. Удалова Т.Ю., Мордык А.В., Иванова О.Г. Сравнительная характеристика креативности студентов-педиатров и студентов-психологов образования // Личность в меняющемся мире: здоровье, адаптация, развитие. – 2021. – №2 (33)/2021. С. 183 – 191.
6. Mednich S. A. The associative basis of the creative process // Psychol. Review. – 1969. – № 2. – P. 220 – 232.

PSYCHOLOGICAL AND PEDAGOGICAL SUPPORT FOR THE DEVELOPMENT OF NON-VERBAL CREATIVITY OF ADOLESCENT STUDENTS IN THE SYSTEM OF SECONDARY VOCATIONAL EDUCATION

Myaklova E.A.

The article presents the results of a theoretical and experimental study of the imaginative creativity of students receiving secondary vocational education. The data obtained provide an idea of the process of creative activity of the subjects, the features of the creative thinking of the sample are described, and the ways of formative influence within the framework of long-term work are outlined. The works of foreign (J. Guilford, E. Torrens, S. Mednik, R. Sternberg) and domestic authors (D. B. Bogoyavlenskaya, V. N. Druzhinin, I. B. Dermanova, M. A. Krylova) on the problem of creativity and creative activity are studied. Almost all definitions of creativity are based on the fact that creativity is the creation of a product that is valuable in terms of uniqueness and novelty, both for an individual and for society as a whole.

Keywords: imaginative creativity, creative potential, productivity of creative activity, originality, imaginative constructs.





ЭКОНОМИКА И ПРАВО



ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ И ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ

Масенко Елизавета Александровна

*Студентка учётно-финансового факультета,
Кубанского государственного аграрного университета им. И.Т. Трубилина,
г. Краснодар, Россия*

Шулепина Светлана Александровна

*Кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учёта,
Кубанского государственного аграрного университета им. И.Т. Трубилина,
г. Краснодар, Россия*

Рассмотрены особенности ведения бухгалтерского учета на малых предприятиях, включая выбор учетной политики, адаптацию планов счетов, проблемы с документооборотом и влиянием налогового законодательства. Анализируются различные подходы к интеграции налогового и бухгалтерского учета, а также методы оптимизации учета доходов и расходов. Обозначены трудности, возникающие при составлении финансовой отчетности и контроле за хозяйственными операциями.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, малые предприятия, учетная политика, налоговый учет, планы счетов, документооборот, доходы, расходы, финансовая отчетность, интеграция.

Бухгалтерский учет в нынешних условиях представляет собой важнейшую функцию управления любой организацией, обеспечивая ей прибыль и поддерживая финансовое здоровье. Фирмы, включая представителей малого бизнеса, самостоятельно организуют свою систему учета, основываясь на законодательных нормах, потребностях компании, ее размерах, управленческих задачах, количестве сотрудников и налоговых режимах.

Методы ведения учета на небольшом предприятии прописываются в учетной политике. При разработке этого документа необходимо учитывать следующие моменты: 1) задачи и структура бухгалтерии; 2) порядок обработки документации и учетной информации; 3) организацию бухгалтерского и налогового учета; 4) план счетов, включающий синтетические и аналитические счета, требуемые для корректного учета и составления отчетности; 5) первичную документацию и регистры учета, используемые для фиксации хозяйственной деятельности без применения стандартных форматов; 6) прочие важные решения для ведения учета.

Особенности ведения учета у субъектов малого бизнеса отличаются от тех, что присущи средним и крупным компаниям:

1. Часто отсутствуют четко разграниченные обязанности внутри бухгалтерии. Обычно все дела ведет один

специалист, хотя иногда формируется полноценная бухгалтерская служба.

На предприятиях с большим количеством партнеров, разнообразием продукции и значительным числом сотрудников бухгалтерия работает как отдельное подразделение, где каждый сотрудник отвечает за определенные участки учета. Однако на малых предприятиях система контроля менее развита, что нередко приводит к ошибкам. Главный бухгалтер заинтересован в распределении обязанностей для повышения ответственности, однако привлечение узкопрофильных специалистов может оказаться неэффективным, ведь объемы операций невелики.

Для эффективного решения подобных проблем руководство и главный бухгалтер должны руководствоваться квалификационным справочником должностей, чтобы правильно подбирать кадры, грамотно распределять их роли и ответственность, а также устанавливать общие подходы к обязанностям и квалификационным требованиям [2, С. 177].

2. Главный бухгалтер или сотрудники бухгалтерии могут выполнять работу, которую обычно делают другие отделы. Например, в малом бизнесе бухгалтерия занимается кадровыми вопросами, юридическими аспектами, подготовкой проектов и договоров, оформлением

документов, составлением бизнес-планов и другими финансовыми задачами.

3. Законодательство о налогах сильно влияет на бухгалтерию. Из-за ограниченных ресурсов малым предприятиям приходится выбирать между финансовым, управленческим и налоговым учётом, чаще всего отдавая приоритет налоговому.

4. Малые предприятия используют стандартные программы для автоматизации учёта, что облегчает бумажную работу, но снижает понимание бухгалтерских процессов, таких как двойная запись.

Общие проблемы включают: 1) недостаточную проработанность структуры и функций бухгалтерии; 2) отсутствие анализа ключевых элементов учетной политики, связывающих бухгалтерский и налоговый учёт.

Особо важно оптимизировать учёт доходов и расходов в соответствии с налоговым законодательством, особенно расчёт налога на прибыль и раздельный учёт видов деятельности при специальных налоговых режимах. Основой учетной политики служит рабочий план счетов, содержащий синтетические и аналитические счета, используемые для точного и своевременного учёта и отчётности.

Сегодня используется стандартный План счетов бухгалтерского учёта и инструкция по его применению, на основе которых ведётся учёт на всех экономических субъектах, независимо от формы собственности, отрасли и правовой формы, используя метод двойной записи.

Согласно приказу Минфина РФ № 64н, разработаны рекомендации по организации бухгалтерского учёта для малого бизнеса, включая предлагаемый рабочий План счетов. Однако этот План имеет ряд недостатков[3]:

- Он не отражает изменений, внесённых приказом Минфина РФ № 94н, что делает его непригодным для использования. Эти изменения принципиально важны, так как они влияют на отражение хозяйственных операций, и простая замена старых номеров новыми не решает проблему[4].

- Рабочий План составлен путём укрупнения синтетических статей стандартного Плана, не учитывая особенности конкретного экономического субъекта.

Исследователи предлагают разные точки зрения относительно универсальности стандартного Плана счетов. Например, Е. Н. Потехина утверждает, что он предназначен для обслуживания как финансового, так и управленческого учёта: первый связан со счетами баланса, второй – с

операционными счетами без остатков и оборотов[1, С. 1323]. Е. Е. Коба отмечает, что универсальный План затрудняет отображение специфики производственных компаний[6, С. 965].

Эти мнения нужно учитывать при создании новых рабочих Планов, так как существует потребность в единстве отражения финансовых данных, активов и обязательств, подготовки отчётов, но сложно учесть отраслевую специфику при использовании стандартного Плана. Экономические субъекты могут адаптировать рабочий План под свои нужды. Важно создать нормативный акт, учитывающий особенности ведения учёта в малом бизнесе.

Многие малые предприятия ведут бухгалтерский учёт в зависимости от применяемой системы налогообложения. Стандартные рекомендации допускают упрощённую форму учёта с использованием либо без использования регистров учёта имущества, а также традиционную, например, журнально-ордерную, форму[7, С. 68].

Одной из серьёзных трудностей ведения учёта на малых предприятиях является подготовка финансовой отчётности. Упрощение процедур учёта и составления отчётов основано на разработке и утверждении в учётной политике рабочего Плана счетов, который должен учитывать два направления, сложившиеся в практике малого бизнеса: 1) использование традиционной бухгалтерии предприятиями, применяющими общую систему налогообложения и ЕНВД; 2) применение упрощённой бухгалтерии предприятиями, использующими УСН.

Этот подход базируется на анализе существующих Планов счетов малых предприятий.

Бухгалтерия на малом предприятии обязана регистрировать все факты хозяйственной жизни, обеспечивать внутренний контроль для надёжности и точности учёта, а также оперативно информировать о текущем положении дел.

Для качественного учёта малому предприятию также необходимо точно рассчитывать налоговые обязательства, зависящие от используемой системы налогообложения.

Применение специальных налоговых режимов малыми предприятиями связано с рядом ограничений, нарушение которых может привести к утрате права на специальный режим, но не лишает предприятие статуса малого. Таким образом, применяемый режим налогообложения меняется, тогда как статус малого предприятия остаётся стабильным. Поэтому целесообразно

интегрировать налоговый учёт в бухгалтерский.

Эта интеграция, во-первых, раскрывает данные о причинах несоответствия бухгалтерской и налогооблагаемой прибыли. Во-вторых, анализ этой информации поможет проверить полноту расчёта налога на прибыль через связь между бухгалтерским и налоговым учётом. В-третьих, интеграция усилит контроль руководства над текущими операциями, позволяя выявлять отклонения.

Выбор метода интеграции зависит от конкретных задач предприятия по сбору и обработке данных. Хотя предложить универсальную схему не просто, есть некоторые критерии выбора методов.

Первый способ – добавление вспомогательных субсчетов – даёт возможность отслеживать показатели, которые в налоговом учёте отображаются иначе, чем в бухгалтерском. Этот метод полезен, когда требуется информация об отличиях в учёте для целей налогообложения[5].

Второй способ подразумевает ввод дополнительных аналитических счетов, что удобно, если компания проводит операции, которые требуют включения суммы налога на прибыль помимо цены сделки.

Некоторые операции на забалансовых счетах возможны при ограниченном количестве операций, оцениваемых поразному в сравнении с требованиями Налогового кодекса РФ. Трудно проверить точность и полноту отражения доходов и расходов в налоговом учёте, и нельзя эффективно сравнить их с данными бухгалтерского учёта. Такой метод лучше

подходит для отслеживания затрат в нужной классификации для малых предприятий, применяющих общую систему налогообложения. Способы признания и группировки расходов в бухгалтерском учёте и налогообложении значительно различаются, что создаёт сложности при совмещении этих систем.

Малые предприятия могут использовать забалансовые счета для отражения отдельных операций при оценке налоговых доходов или расходов, превышающих бухгалтерские. Особенно актуально это для доходов, так как невозможно организовать налоговый учёт доходов таким же способом, как для расходов на счетах 30–39.

Разработчики бухгалтерских программ, таких как «1С: Бухгалтерия», обычно используют этот подход для создания системы налогового учёта. Но это ведёт к параллельному ведению налогового учёта. Решением может стать либо тщательная проверка всех операций в налоговом учёте, либо самостоятельное выявление операций, вызывающих расхождения между бухгалтерским и налоговым учётом, что возможно для компаний с небольшим количеством классификаций. На счетах 30–39 следует отражать расходы, классифицируемые по главе 25 Налогового кодекса РФ, то есть с разделением на прямые и косвенные, учитываемые полностью или частично, признаваемые в момент совершения или особым порядком, влияющие или нет на уменьшение налоговой базы по налогу на прибыль и прочее.

Список использованных источников

1. Потехина Е. Н. Проблемы и пути совершенствования учета на малых предприятиях // *Фундаментальные исследования*. 2014. № 9. С. 1322-1325.
2. Попова А. А. Проблемы учета в сфере малого бизнеса // *Вестник магистратуры*. 2016. № 6-4 (57). С. 176-178.
3. О Типовых рекомендациях по организации бухгалтерского учета для субъектов малого предпринимательства: приказ Минфина РФ от 21.12.1998 г. № 64н. URL: http://www.consultant.ru/document/-cons_doc_LAW_21879
4. Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению: приказ Минфина РФ от 31.10.2000 г. № 94н URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc-LAW_29165
5. Положения по бухгалтерскому учету: приказы Минфина России // Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
6. Коба Е. Е. Совершенствование учета и внутреннего контроля в организациях малого бизнеса // *Экономика и предпринимательства*. 2015. № 3. С. 963-966.
7. Иода Е. В., Иода Ю. В. Управление финансами: оценка, анализ и принятие решений на основе финансово-бухгалтерской отчетности / Е. В. Иода, Е. В. Гринавцева, Ю. В. Иода, И. И. Моисеева. Липецк, 2015. С. 67-72.

FEATURES AND PROBLEMS OF ACCOUNTING IN SMALL ENTERPRISES AND THEIR IMPROVEMENT

Masenko E.A., Shulepina S.A.

The features of accounting in small enterprises are considered, including the choice of accounting policy, the adaptation of charts of accounts, problems with document management and the impact of tax legislation. Various approaches to the integration of tax and accounting, as well as methods for optimizing income and expense accounting are analyzed. The difficulties encountered in the preparation of financial statements and the control of business operations are outlined.

Keywords: accounting, small businesses, accounting policy, tax accounting, account plans, document management, income, expenses, financial reporting, integration.

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ МЕРЫ ПО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ

Новичков Дмитрий Евгеньевич

Студент,

г. Екатеринбург, Россия

Дамбаева Изабелла Владимировна

*Кандидат юридических наук, доцент кафедры гражданского права,
ФГБВОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»,*

г. Екатеринбург, Россия

В статье рассматриваются государственные меры, предпринимаемые в Российской Федерации для предотвращения несостоятельности и обеспечения финансовой устойчивости предприятий. Производится анализ законодательных инициатив, экономических программ и институциональных изменений, внимание уделяется механизмам поддержки предприятий.

Ключевые слова: *банкротство, государство, государственные меры, экономические программы, реструктуризация долгов, субсидии, финансовое оздоровление, внешнее управление.*

В условиях рыночной экономики хозяйствующие субъекты вынуждены конкурировать между собой, в результате чего неизбежно возникают ситуации неплатежеспособности контрагентов, требующие соответствующего правового регулирования. В связи с этим важное значение приобретают меры по предотвращению банкротства. В Российской Федерации эти меры регламентируются Федеральным законом "О несостоятельности (банкротстве)".

Государственные меры по предотвращению несостоятельности (банкротства) в России включают в себя как законодательные инициативы, так и практические инструменты поддержки бизнеса и финансовой стабильности.

Ключевыми мерами в современной практике являются следующие:

- Профилактика банкротства на законодательном уровне: Российское законодательство предусматривает процедуры, направленные на раннее выявление признаков финансовых трудностей у предприятий, чтобы предотвратить их несостоятельность. К таким процедурам относятся финансовое оздоровление и внешнее управление [1,8].

Процедура финансового оздоровления включает в себя разработку и реализацию плана финансового оздоровления, утверждаемый в установленном законом порядке, который может включать реструктуризацию долгов, оптимизацию бизнес-процессов, сокращение издержек и

привлечение новых инвестиций. Такой документ содержит обоснование возможности удовлетворения требований кредиторов в соответствии с графиком погашения задолженности (ст. 84 ФЗ №127 «О несостоятельности (банкротстве)» [2,84].

График погашения задолженности с даты утверждения его арбитражным судом представляет собой одностороннее обязательство должника погасить задолженность перед кредиторами в установленные графиком сроки. Исполнение должником обязательств в соответствии с графиком погашения задолженности может быть обеспечено залогом (ипотекой), банковской гарантией, государственной или муниципальной гарантией, поручительством, а также иными способами.

Внешнее управление представляет собой этап, на котором управление должником временно передается внешнему управляющему, назначенному судом. Внешний управляющий обладает широкими полномочиями, включая право заключения сделок от имени должника. Не позднее чем через месяц с даты своего утверждения внешний управляющий обязан разработать план внешнего управления и представить его собранию кредиторов для утверждения. План внешнего управления должен предусматривать меры по восстановлению платежеспособности должника, условия и порядок реализации указанных мер, расходы на их реализацию и иные расходы должника.

Эти процедуры выступают в качестве альтернативы ликвидации предприятия и

позволяют сохранить рабочие места, восстановить деятельность компании и вернуть долги кредиторам. Таким образом, они служат инструментом профилактики банкротства и поддержания устойчивости экономики.

- Реструктуризация долгов: Законодательство позволяет предприятиям, испытывающим временные финансовые трудности, проводить реструктуризацию долгов, что может включать отсрочку или рассрочку платежей, снижение процентных ставок, конвертацию долга в акции компании, продажу активов для погашения долгов и другие меры (ст. 191 ФЗ №127 «О несостоятельности (банкротстве)»).

Через процедуру реструктуризации долгов в 1997 году прошел известный телевизионный завод МТЗ «РУБИН», указанная процедура стала необходимым шагом для восстановления его финансовой устойчивости и поддержания конкурентоспособности. Руководство завода разработало комплексный план, включающий оптимизацию производственных процессов и сокращение издержек. [3].

- Финансовая поддержка: Государство может предоставлять прямую финансовую поддержку предприятиям через субсидии, гарантии, льготы по налогообложению и другие механизмы для поддержания ликвидности и снижения финансового давления [4, 4].

Например, согласно Постановлению Правительства РФ от 01.12.2022 № 2201 животноводы могут рассчитывать на возмещение части затрат на выращивание крупного рогатого скота и последующее производство продукции.

- Поддержка малого и среднего бизнеса: Специальные программы поддержки, включая гранты, льготные кредиты и обучение предпринимательским навыкам, направлены на укрепление малого и среднего бизнеса и предотвращение банкротств.

Например, Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства совместно с Банком России запустили новую программу льготного кредитования для малого и среднего бизнеса трех приграничных регионов – Белгородской, Брянской и Курской областей. Льготная программа предусматривает предоставление кредитов на сумму до 30 млн рублей предпринимателям Брянской, Курской и Белгородской областей без ограничений по отраслям как на оборотные, так и инвестиционные цели в пяти банках-партнерах. Так, Завод «Рокот» из Курской области стал первым получателем льготного

кредита в рамках новой программы поддержки бизнеса приграничных территорий [5].

- Регулирование банковского сектора: Центральный банк России осуществляет тщательный надзор за банковским сектором, чтобы предотвратить банкротства банков и обеспечить стабильность финансовой системы.

- Законодательные инициативы: Время от времени правительство инициирует изменения в законодательстве о банкротстве, чтобы сделать процедуры более гибкими и адаптированными к экономическим реалиям, что также помогает предотвратить несостоятельность.

Институт несостоятельности (банкротства) в Российской Федерации претерпевает постоянные изменения, так, Федеральный закон №127 «О несостоятельности (банкротстве)» был изменен уже более 140 раз. Постоянное обновление института несостоятельности в России свидетельствует о стремлении государства адаптироваться к меняющимся условиям экономики и международным требованиям.

- Мониторинг и анализ: Государственные органы ежегодно проводят мониторинг экономической ситуации и анализируют данные о финансовом состоянии компаний, чтобы своевременно выявлять потенциальные риски и принимать необходимые меры [6,83].

- Антикризисное управление: В случае экономических кризисов правительство может вводить специальные антикризисные меры, включая временные запреты на банкротства, для защиты экономики и предотвращения массовых несостояльностей.

С марта 2022 года Правительство РФ ввело и несколько раз расширяло пакет антикризисных мер для поддержки российской экономики: мораторий на проверки, льготные кредиты, субсидии, компенсация расходов, списание долгов, временное трудоустройство и так далее.

Например, в соответствии с постановлением Правительства РФ от 08.09.2021 № 1520 плановые контрольные (надзорные) мероприятия по отношению к малому бизнесу в 2022 году не проводятся.

- Судебная практика: Развитие и уточнение судебной практики также играет важную роль в предотвращении несостоятельности, поскольку суды могут применять законодательство таким образом, чтобы стимулировать урегулирование долгов и реструктуризацию, а не ликвидацию предприятий.

Такие меры демонстрируют комплексный подход государства к предотвращению несостоятельности, который включает в себя как экономические, так и правовые аспекты.

Следует отметить, что государство участвует в экономике в двух ипостасях: как властвующий субъект и как хозяйствующий субъект. Соответственно, как властвующий субъект государство устанавливает определенные правила и нормы, регулирующие экономическую деятельность, защищая публично правовые интересы. Как хозяйствующий субъект – выступает в частнопровых интересах, обладая правами, аналогичными иным участникам экономической деятельности.

В связи с вышеописанной двойственностью правового положения государства в экономике возникает проблема сосредоточения двух вышеназванных функций у одного субъекта.

В связи с этим, соответствующие функции принадлежат соответствующим государственным органам. У одного субъекта права не должно произойти смешение полномочий (наличие у одного государственного органа и частнопровых и публично-правовых интересов), чтобы не допустить превышения пределов вмешательства государства в предпринимательскую деятельность.

Таким образом, рассматривая роль государства в процессе несостоятельности путем осуществления мер для

предотвращения процедуры банкротства, данное вмешательство государства в экономику, а именно, его участие в процессе банкротства является обоснованным и необходимым.

Применение инструментов для предотвращения несостоятельности позволяет не только сохранить рабочие места, но и защитить интересы кредиторов и акционеров. В современных условиях, когда экономические колебания могут привести к массовым банкротствам, роль государства как арбитра становится особенно актуальной.

Выявление и предупреждение проблемы должно происходить благодаря процедуре мониторинга, который подразумевает систематическое изучение и анализ финансовой ситуации на предприятиях различных форм собственности. Государство должно проводить меры по исключению специалистов без соответствующей квалификации и контролировать работу арбитражных управляющих. Согласно п. 3 ст. 23.1 ФЗ № 127 федеральный государственный контроль (надзор) осуществляется путем проведения плановых и внеплановых проверок.

Таким образом, государственные меры по предотвращению несостоятельности в РФ демонстрируют системный подход и ориентацию на долгосрочные результаты, что способствует формированию более стабильной и предсказуемой экономической среды для всех участников рынка.

Список использованных источников

1. «Обеспечение баланса частнопрового и публично-правового регулирования в процессе предупреждения банкротства с использованием мер, направленных на стимулирование должника к надлежащему исполнению обязательств» (Голубцов В.Г., Кондратьева К.С., Сыропятова Н.В.) ("Вестник Пермского университета. Юридические науки", 2014, N 2), с. 8 – Режим доступа: <https://cloud.consultant.ru/cloud/cgi/online.cgi?req=doc&base=CJI&n=80894&cacheid=AE8CEA81A28125B506FB86BVB738F3EA&mode=splus&rnd=wCfLaQ#r34nTNUFfaM2HA99> / (дата обращения: 04.02.2025).
2. Закон РФ "О несостоятельности (банкротстве) предприятий" от 19.11.1992 N 3929-1 (последняя редакция), – режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1250/ (дата обращения: 04.02.2025).
3. Решение Объединенной коллегии по промышленной политике г. Москвы от 30.10.1997 N 12/1 "О Программе вывода из кризиса ОАО "МТЗ "Рубин" – Режим доступа: <https://cloud.consultant.ru/cloud/cgi/online.cgi?req=doc&base=MLAW&n=17511&cacheid=7E17C36803008C4D441572A7973B3303&mode=splus&rnd=eu8SPg#GgvC1cUfxuOD5YGD> (дата обращения: 04.02.2025).
4. Статья: Финансово-правовые аспекты развития креативной экономики в России (Савина А.В.) ("Финансовое право", 2024, N 4), Режим доступа: (дата обращения: 06.02.2025).
5. Статья Корпорации по развитию малого и среднего предпринимательства от 02.09.2024 «Первый льготный кредит выдан предпринимателю из Курской области» – Режим доступа: https://corpmsp.ru/about/press/news/novosti-korporatsii/pervyy_lgotnyy_kredit_vydan_predprinimatelju_iz_kurskoy_oblasti_v_ramkakh_sovmestnoy_programmy_korpo/ (дата обращения: 06.02.2025).

6. Финансовый анализ: учебное пособие / Н. С. Пионткевич, Е. Г. Шатковская, Ю. А. Долгих и др. ; под общ. ред. Н. С. Пионткевич ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский государственный экономический университет. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2022. – 190 с. – Режим доступа: <https://fdok.usue.ru/images/img/prepod.compressed.pdf> (дата обращения: 07.02.2025)

GOVERNMENT MEASURES TO PREVENT INSOLVENCY

Novichkov D.E., Dambaeva I.V.

The article discusses measures taken in the Russian Federation to prevent insolvency and ensure the financial stability of enterprises. An analysis of legislative initiatives, economic programs and institutional changes is carried out, paying attention to mechanisms for supporting enterprises.

Keywords: bankruptcy, state, government measures, economic programs, debt restructuring, subsidies, financial recovery, external management.

УЧАСТИЕ ГОСУДАРСТВА В ПРОЦЕССЕ НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ В КАЧЕСТВЕ КРЕДИТОРА

Новичков Дмитрий Евгеньевич

Студент,

г. Екатеринбург, Россия

Слукин Сергей Викторович

*Кандидат философских наук, доцент кафедры предпринимательского права,
ФГБВОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»,*

г. Екатеринбург, Россия

В статье рассматриваются участие государства в деле о банкротстве и в процедурах, применяемых в деле о банкротстве, в качестве кредитора. Обоснована важность прямого участия государства в лице уполномоченных органов в арбитражном процессе по делу о банкротстве предприятий. Выявлены цели и задачи непосредственного участия государства в лице уполномоченных органов.

Ключевые слова: *банкротство, государство, кредитор, заявление о признании банкротом, бизнес, федеральная налоговая служба.*

Несмотря на то, что рыночная экономика, существующая в Российской Федерации с 1990-х годов, не включает прямое государственное вмешательство в экономическую деятельность страны, государство все же может оказывать влияние на экономическую среду в лице своих уполномоченных органов.

Это достигается через участие в делах о банкротстве, где они защищают свои интересы как кредиторы, добиваясь сохранения активов и предоставляя финансовую поддержку важным предприятиям.

Хотя в начальный период развития института банкротства непосредственное участие государства не требовалось, появление крупных компаний, чье банкротство влияет на экономику страны в целом, сделало его необходимым [1, 141].

Практика показывает, что в странах с рыночной экономикой, таких как США и Великобритания, наличие специально назначенного государственного органа с определенными обязанностями по вопросам банкротства является ключевым элементом современной системы несостоятельности [2, 54].

В Российской Федерации до 2004 года также имелся специализированный орган – Федеральная служба по финансовому оздоровлению и банкротству (ФСФО). Но существовали мнения о неэффективности ФСФО в части регулирования процессов банкротства и финансового оздоровления, а

также в дублировании функций ФСФО иными органами, в частности ФНС [3, 2].

Указом Президента РФ «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти» № 314 от 9 марта 2004 г. федеральная служба по финансовому оздоровлению была упразднена, а ее полномочия по представлению интересов государства как кредитора в делах о банкротстве переданы Федеральной налоговой службе [4].

Государство, участвуя в регулировании института несостоятельности в качестве кредитора, реализует свои частные права и интересы.

В соответствии с Приказом ФНС России от 3 октября 2012 года № ММВ-7-8/663@, должники классифицированы на три группы [5]. Первая группа включает стратегические организации, предприятия оборонного комплекса, акционерные общества с долей государства 25% и более, унитарные предприятия государства, а также организации, имеющие задолженность свыше 300 миллионов рублей.

Во вторую группу попадают градообразующие предприятия и должники с задолженностью по обязательным платежам в размере от 50 до 300 миллионов рублей, унитарные предприятия, имущество которых принадлежит субъекту РФ, а также отсутствующие должники с задолженностью более 50 миллионов руб. Остальные организации относятся к третьей группе.

Постановлением РФ № 257 от 29 мая 2004 г. [6] утверждено «Положение о порядке предъявления требований по обязательствам перед Российской Федерацией в деле о банкротстве и в процедурах, применяемых в деле о банкротстве» который регламентирует сроки для подачи заявления о банкротстве в арбитражный суд.

При нарушении гражданином или предприятием обязательств перед Российской Федерацией по уплате налогов, сборов и страховых взносов, специализированный орган принимает решение о направлении в суд заявления о признании должника банкротом в срок не ранее 30 дней, но не позднее 90 дней с даты направления судебному приставу исполнителю постановления о взыскании или соответствующего исполнительного документа, либо в течение 30 дней с даты получения уведомлений федеральных органов исполнительной власти – кредиторов о наличии задолженности по обязательным платежам или денежным обязательствам перед Российской Федерацией.

Таким образом, возникает обязанность подтверждения уполномоченным органом невозможности удовлетворения публичных требований к должнику вне рамок несостоятельности (банкротства), например, в процессе исполнительного производства.

В то же время обеспечивается включение информации о начале выбора кандидатуры арбитражного управляющего в регистр арбитражных управляющих.

В соответствии с Федеральным законом №127 «О несостоятельности (банкротстве)» [7] процедура банкротства может быть запущена при сумме обязательств:

- для юридических лиц не менее 2 миллионов рублей;
- для физических – не менее полумиллиона.

По общему правилу заявление подается в арбитражный суд в течение пяти рабочих дней после принятия решения о его отправке. Для стратегически значимых компаний или организаций подобное обращение должно быть инициировано уполномоченным органом в 15-дневный срок после получения заключения от Правительственной комиссии, специализирующейся на предотвращении банкротства значимых предприятий оборонной промышленности (п.2-3 Положения).

Вместе с тем уполномоченный орган обязан известить следующие органы: Министерство финансов РФ, Федеральное агентство по государственным резервам, Федеральное агентство по управлению

государственным имуществом, Федеральную таможенную службу, орган исполнительной власти субъекта РФ, орган местного самоуправления по месту государственной регистрации должника, Фонд социального страхования РФ, Федеральную службу судебных приставов и Пенсионный фонд РФ о принятом решении путем направления уведомлений (п. 12 Положения и приложение № 2 Положения).

Уполномоченный орган активно участвует в собраниях кредиторов и осуществляет голосование согласно процедурам, установленным Министерством экономического развития Российской Федерации (п. 15 и п. 1 Положения).

Для граждан помимо судебного порядка признания банкротом, существует также внесудебный порядок, предусмотренный ст. 223.2 ФЗ № 127. Внесудебное банкротство, или упрощенная процедура, доступна гражданам, чьи долги не превышают 1 миллиона рублей и не меньше 25 000 рублей. Важным условием является окончание исполнительного производства в связи с отсутствием у должника имущества, на которое может быть обращено взыскание.

После проверки соответствия заявителя установленным критериям, МФЦ вносит сведения о начале процедуры внесудебного банкротства в Единый федеральный реестр сведений о банкротстве. С этого момента прекращается начисление неустоек, штрафов и других финансовых санкций, а также приостанавливаются исполнительные производства по взысканию долгов. Государство также выступает полноценным кредитором в процедуре внесудебного банкротства физического лица, если у должника имеются непогашенные налоговые обязательства, задолженности по страховым взносам и другим обязательным платежам.

Полномочия государства в роли кредитора в деле о банкротстве и в процедурах, применяемых в деле о банкротстве, реализуются через выполнение ряда ключевых функций, таких как:

- принятие решения о целесообразности начала процедуры банкротства;
- подача заявления в арбитражный суд с требованием о признании должника банкротом;
- выявления иных государственных кредиторов и взаимодействие с представителями органов власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления;

– участия в собраниях кредиторов и судебных разбирательствах;

– контроля за исполнением должником текущих обязательств и обязательств, возникших в ходе процедур банкротства;

– списания задолженности, оставшейся после завершения конкурсного производства.

Государство в лице уполномоченного органа является равноправным участником в деле о банкротстве и в процедурах, применяемых в деле о банкротстве [8].

Участие государства как кредитора в деле о банкротстве и в процедурах, применяемых в деле о банкротстве является крайне важным, поскольку:

– государство заинтересовано в удовлетворении должником предъявленных к нему требований, что позволяет обеспечить наполнение бюджета;

– государство заинтересовано в сохранении бизнеса, как источника формирования доходной части бюджета, и сохранения рабочих мест;

– государство, как гарант конституционных прав граждан и прав юридических лиц, заинтересовано в осуществлении процедур банкротства таким образом, чтобы не допустить ущемления их законных прав и интересов, а также не нанести ущерба экономике страны и социальной сфере.

Таким образом, передача функций упразднённой ФСФО Федеральной налоговой службе способствовала усилению государственного контроля и защите интересов Российской Федерации как кредитора в делах о банкротстве и процедурах, применяемых в деле о банкротстве путем сосредоточения имеющихся ресурсов в рамках одного ведомства, а также повышению оперативности при выработке решений.

Государство в лице своих уполномоченных органов осуществляет системный подход к вопросам банкротства, что позволяет минимизировать риски и эффективно распределять ресурсы в условиях финансовой нестабильности.

Список использованных источников

1. Суходольский, И.М. Участие государства в процессе несостоятельности (банкротства) : научное издание / И.М. Суходольский. – Москва : Юстицинформ, 2024. – 264 с. – ISBN 978-5-7205-1986-5. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2161833> (дата обращения: 03.02.2025). – Режим доступа: по подписке
2. Малыхин Д.Н. Место и роль государства в регулировании института несостоятельности (банкротства) (отдельные правовые вопросы) // Известия высших учебных заведений. – 2003. – с. 2
3. Витрянский В.В. Как реформировать законодательство о банкротстве // Законодательство. 1999. N 5.
4. "О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти": указ Президента РФ от 09.03.2004 N 314 (ред. от 27.03.2023) – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_46892/942772dce30cfa36b671bcf19ca928e4d698a928/ (дата обращения: 03.02.2025)
5. "Об утверждении Порядка разграничения полномочий уполномоченного органа по представлению интересов РФ как кредитора в деле о банкротстве и в процедурах, применяемых в деле о банкротстве, между центральным аппаратом ФНС России и территориальными органами ФНС России": Приказ ФНС России от 03.10.2012 N ММВ-7-8/663@ (ред. от 31.03.2016) – Режим доступа: <https://cloud.consultant.ru/cloud/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=196314&cacheid=744D27FF17F686F8CD913A9E740E6597&mode=splus&rnd=EgRMig#AIABpbU07xNu1a4B> / (дата обращения: 05.02.2025)
6. "Об обеспечении интересов Российской Федерации как кредитора в деле о банкротстве и в процедурах, применяемых в деле о банкротстве": Постановление Правительства РФ от 29.05.2004 N 257 (ред. от 22.05.2024) – Режим доступа: <https://cloud.consultant.ru/cloud/cgi/online.cgi?from=443428-18&req=doc&rnd=X9s1VQ&base=LAW&n=477022#3iZBpbUIUYNUxNP7> / (дата обращения: 05.02.2025)
7. "О несостоятельности (банкротстве)": Федеральный закон от 26.10.2002 N 127-ФЗ (ред. от 26.12.2024) – Режим доступа: <https://cloud.consultant.ru/cloud/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=479923&cacheid=402C3CA0F634E821781CDE7C4702D9FE&mode=splus&rnd=EgRMig#oxzVpbUsxB1Q4B8E1> / (дата обращения: 06.02.2025)
8. Садова-Шевелева М.О. Государство как кредитор в делах о банкротстве // Информационный сайт Управления Федеральной налоговой службы по Краснодарскому краю. – Режим доступа: www.r23.nalog.ru / (дата обращения: 07.02.2025)

STATE PARTICIPATION IN THE INSOLVENCY PROCESS AS A CREDITOR

Novichkov D.E., Slukin S.V.

The article examines the participation of the state in a bank bankruptcy case and in the processes used in a bankruptcy case as an explanation. The interpretation of the direct participation of the state in licensed authorized bodies in the arbitration process upon the bankruptcy of an enterprise is substantiated. The goals and objectives of the direct participation of the state represented by authorized bodies have been identified.

Keywords: bankruptcy, state, creditor, application for bankruptcy, business, federal tax service.

ОТ «ОХВАТА» К «ВОВЛЕЧЕННОСТИ»: ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ МЕТРИК ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ В ЭПОХУ ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМАТОВ И ИММЕРСИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Холмогоров Денис Игоревич

Студент аспирантуры,

Московский финансово-промышленный университет "Синергия",

Факультет бизнеса,

Москва, Россия

В данной статье рассматривается изменение подходов к оценке эффективности рекламных кампаний (от традиционных показателей, ориентированных на охват и частоту, к более современным показателям, ориентированным на вовлеченность аудитории) в контексте развития интерактивных и иммерсивных технологий (эпоха интерактивных форматов), технологий погружения (AR/VR, геймификация, интерактивное видео). В статье рассматриваются методы нейромаркетинга и технологии искусственного интеллекта для измерения эмоциональных реакций. Предлагается комплексная система измерения эффективности, связывающая показатели вовлеченности с бизнес-результатами. Подчеркивается важность объединения показателей вовлеченности с ключевыми бизнес-показателями для оптимизации рекламных стратегий. В статье предлагается переосмыслить подход к оценке эффективности рекламы в динамично меняющемся медиа-ландшафте.

Ключевые слова: *интерактивная реклама, показатели эффективности рекламы, вовлеченность, иммерсивные технологии, нейромаркетинг, AR/VR, геймификация, эмоциональный отклик, искусственный интеллект, цифровой маркетинг, охват, частота показов, лояльность потребителей, LTV, исследование поведенческой экономики.*

Традиционные показатели эффективности рекламы, такие как охват и частота, на протяжении десятилетий выступали в качестве краеугольного камня оценки рекламных кампаний. В то же время, с появлением на рынке интерактивных форматов рекламы и технологий погружения, этих показателей становится недостаточно для проведения полноценной оценки воздействия рекламы на потребителей. Сегодняшние потребители ожидают большего, чем просто видеть рекламу; они хотят осуществлять взаимные действия с ней, погружаться в бренды и получать персонализированный опыт.

Целью данной статьи является предложение переосмысления системы показателей эффективности рекламы в контексте практического применения новых технологий.

Сегодняшняя рекламная сфера претерпевает кардинальные изменения, обусловленные быстрым развитием цифровых технологий и изменением предпочтений потребителей. В эпоху интерактивных форматов и технологий погружения

традиционных показателей недостаточно для оценки эффективности рекламы, направленной на создание глубоких связей с потребителями, стимулирование вовлеченности и построение долгосрочных отношений. Поскольку внимание аудитории становится все более дефицитным ресурсом, а потребители становятся более разборчивыми при взаимодействии с брендами, вовлеченность становится ключевым показателем успеха кампании. В связи с этим возникает необходимость в разработке новых, более комплексных показателей, отражающих не только количественные, но и качественные аспекты воздействия рекламы. Необходимо переосмыслить системы измерений и упорно работать над разработкой новых способов измерения эффективности рекламы, которые отражают глубину и качество взаимодействия аудитории с брендами, что является ключевым фактором успеха в эпоху интерактивных коммуникаций.

На рисунке 1 можно увидеть характеристики традиционных показателей эффективности рекламы [1].

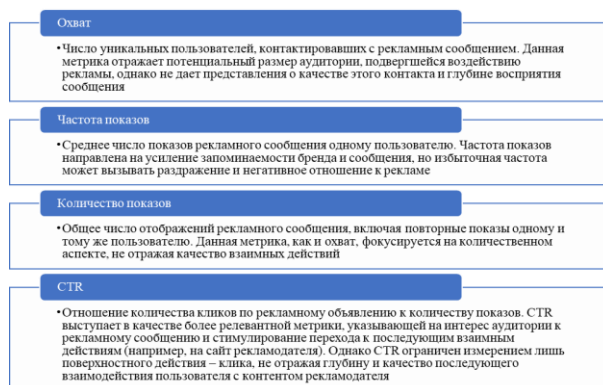


Рисунок 1 – Традиционные метрики эффективности рекламы и их ограничения

В условиях распространенности пассивных форматов рекламы (баннерная реклама, телевизионная реклама) показатели, рассмотренные на рисунке 1, дают базовое представление о масштабах рекламных кампаний и их потенциальном охвате. Однако с ростом популярности интерактивных форм и технологий погружения, характеризующихся активным участием пользователей в рекламных взаимодействиях, стали очевидны ограничения традиционных показателей, которые не позволяют объективно и в полной мере оценить глубину участия аудитории, ее эмоциональный отклик к рекламной информации и влиянию рекламы на поведение пользователя.

Как показано на рисунке 1, использование технологий в рекламе требует изменения традиционных показателей эффективности и разработки новых методов оценки рекламных кампаний, направленных на измерение вовлеченности аудитории.

Отличительной чертой эпохи цифровой трансформации выступает появление и активное развитие интерактивных и иммерсивных технологий, которые кардинально трансформируют характер рекламных взаимодействий. Ключевые

технологии в этой области наглядным образом представлены на рисунке 2 [2,3].

В эпоху интерактивной рекламы ключевым показателем эффективности становится вовлеченность, отражающая активность аудитории в рекламном взаимодействии, глубину погружения в рекламную информацию и эмоциональный отклик. Вовлеченность признается многомерной концепцией, которую необходимо полностью измерять с использованием новых показателей, отражающих все аспекты взаимодействия пользователя с рекламой. Новые показатели вовлеченности включают те показатели, которые наглядным образом отражены в таблице 1 [4].

Измерение эмоциональной реакции аудитории на рекламные сообщения выступает в качестве ключевого аспекта оценки эффективности интерактивной и иммерсивной рекламы, потому как эмоции играют ведущую роль в процессе принятия решений потребителями и отношении к бренду. На рисунке 3 рассматриваются методы измерения эмоциональных реакций аудитории на интерактивные рекламные сообщения [5,6].

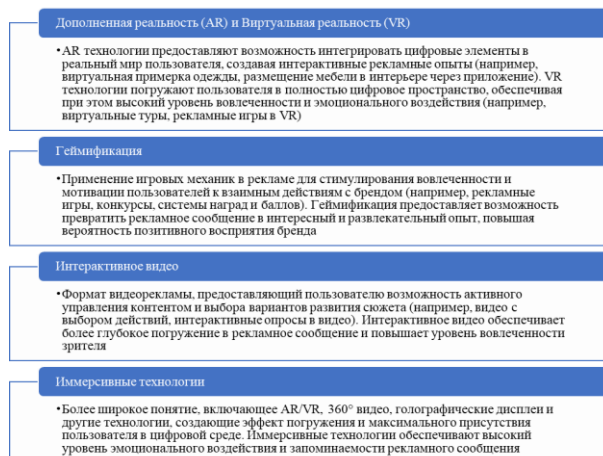


Рисунок 2 – Ключевые технологии в рамках современной цифровой трансформации

Стоит отметить, что нейромаркетинговые методы оценки эффективности иммерсивной рекламы подразумевают комплекс исследовательских

приемов, базирующихся на использовании нейротехнологий для изучения реакции потребителей на маркетинговые стимулы, в том числе рекламу [5,6].

Таблица 1 – Новые метрики вовлеченности в рамках рекламного бизнеса

Метрика	Характеристика	Пример
Время взаимодействия	Продолжительность времени, которое пользователь в активной фазе осуществляет взаимные действия с рекламным контентом (например, время, проведенное в AR/VR опыте, время игры в рекламную игру, время просмотра интерактивного видео с выбором вариантов). Данная метрика отражает глубину погружения пользователя в рекламное сообщение и его заинтересованность в контенте	В рекламной кампании автомобильного бренда с использованием VR тест-драйва, среднее время взаимных действий пользователя с VR опытом составляет 5 мин., что значительно выше, чем среднее время просмотра традиционной видеорекламы (30 секунд)
Коэффициент завершения опыта	Процент пользователей, полностью завершивших интерактивный рекламный опыт (например, прошедших рекламную игру до конца, досмотревших интерактивное видео до финала, завершивших виртуальный тур). Данная метрика отражает уровень интереса и мотивации пользователей к взаимодействию с рекламой до конца	В геймифицированной рекламной кампании ритейлера одежды, коэффициент завершения рекламной игры составляет 70%, что свидетельствует о высокой вовлеченности аудитории и ее готовности к дальнейшему взаимодействию с брендом
Количество взаимодействий	Общее количество действий, совершенных пользователем в процессе взаимодействия с рекламным контентом (например, количество кликов в интерактивном видео, количество действий в AR/VR опыте, количество шагов в рекламной игре). Данная метрика отражает активность пользователя и его вовлеченность в процесс взаимодействия	В рекламной кампании туристического агентства с использованием интерактивного видео о туристическом направлении, среднее количество взаимодействий пользователя с видео (выбор маршрута, просмотр дополнительной информации, ответы на опросы) составляет 15 действий, что указывает на высокий уровень вовлеченности и интереса к предлагаемому направлению
Показатель эмоциональной реакции	Интегральная метрика, отражающая эмоциональную реакцию аудитории на рекламное сообщение, измеренную с помощью методов нейромаркетинга (анализ мимики, ЭЭГ, айтрекинг, кожно-гальваническая реакция). Данная метрика позволяет оценить эмоциональное воздействие рекламы и ее способность вызывать позитивные эмоции, ассоциируемые с брендом	Нейромаркетинговое исследование рекламной кампании парфюмерного бренда с использованием иммерсивного VR опыта показало высокий показатель эмоциональной реакции (ERS = 85 из 100), что свидетельствует о сильном эмоциональном воздействии рекламы и формировании позитивного отношения к бренду
Индекс лояльности к бренду	Метрика, отражающая изменение уровня лояльности потребителей к бренду после взаимодействия с рекламной кампанией, измеренная с помощью опросов, мониторинга повторных покупок и других методов. Данная метрика позволяет оценить долгосрочное влияние рекламы на отношение потребителей к бренду и их готовность к повторным покупкам	Опрос потребителей после участия в геймифицированной рекламной кампании сети кофеен показал рост индекса лояльности к бренду на 15%, что свидетельствует о положительном влиянии рекламы на отношение потребителей и укрепление их связи с брендом

В контексте иммерсивной рекламы особую актуальность приобретают подходы нейромаркетинга, предоставляющие возможность давать оценку глубине

эмоционального воздействия и когнитивным процессам, происходящим в мозге пользователя во время иммерсивного опыта.

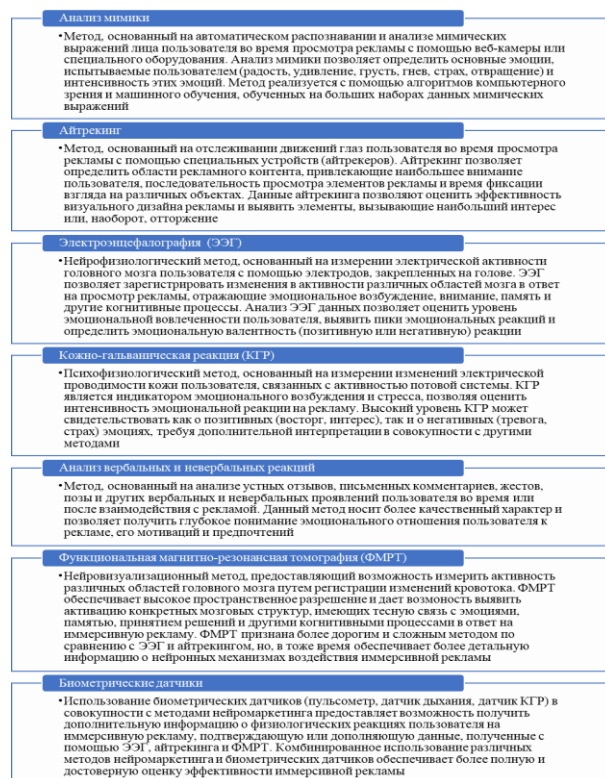


Рисунок 3 – Методы измерения эмоциональной реакции аудитории на интерактивные рекламные сообщения

Благодаря комплексному анализу данных, которые наглядным образом представлены на рисунке 4, можно установить взаимную связь между показателями вовлеченности и эффективностью бизнеса [2,3].

В рекламном бизнесе ИИ применяет в целях проведения анализа текста и изображений на предмет эмоционального тона, распознавания лиц и отслеживания движения глаз при разработке рекламных кампаний.

Современные технологии искусственного интеллекта (ИИ) играют ведущую роль в автоматизации и повышении точности методов анализа эмоционального отклика аудитории и нейромаркетинговых исследований (рисунок 5) [7].

Методы, которые наглядным образом нашли свое отражение на рисунке 5, в сочетании с технологиями искусственного интеллекта предоставляют возможность более точно оценивать эффективность рекламных кампаний, адаптируя рекламные стратегии к личным предпочтениям и эмоциональным реакциям потребителей.

На рисунке 6 представлены предложения по дальнейшему исследованию разработки и внедрения инновационных показателей эффективности рекламы в эпоху интерактивных форматов и технологий погружения.

Эти исследования будут оказывать содействие в последующей разработке методов измерения эффективности рекламы и улучшению взаимных действий между брендами и потребителями в цифровую эпоху.

Таким образом, обобщая полученные результаты, можно сделать вывод, что переход от традиционных показателей охвата к показателям вовлеченности признается необходимым шагом на пути адаптации рекламной индустрии к реалиям цифровой эпохи и эпохи интерактивных форматов с применением иммерсивных технологий.

В эпоху интерактивных форматов и технологий погружения переосмысление показателей эффективности рекламы и внедрение новейших методик измерения признаются ключом к повышению эффективности инвестиций в рекламу и достижению долгосрочных целей бренда в динамично меняющемся медиа-ландшафте.

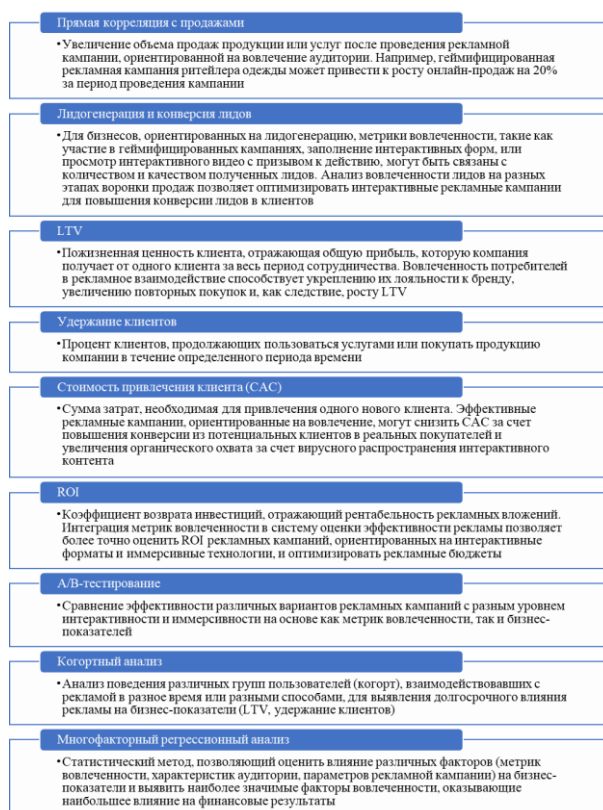


Рисунок 4 – Взаимосвязь между метриками вовлеченности и бизнес-показателями для проведения комплексного анализа

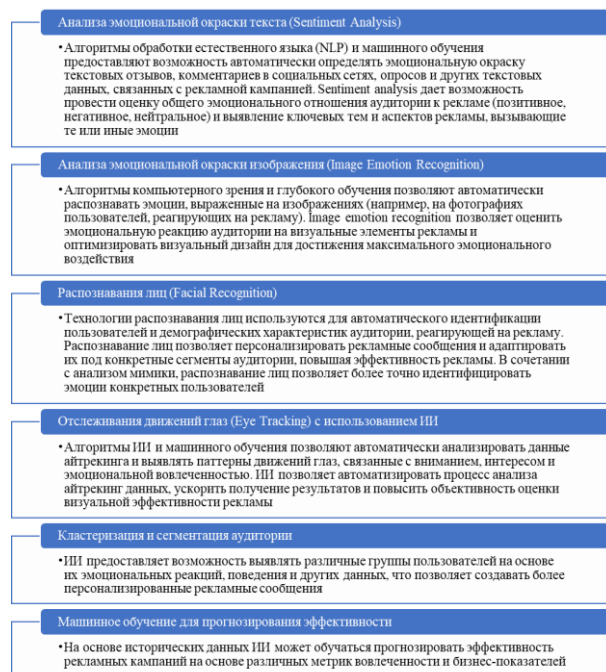
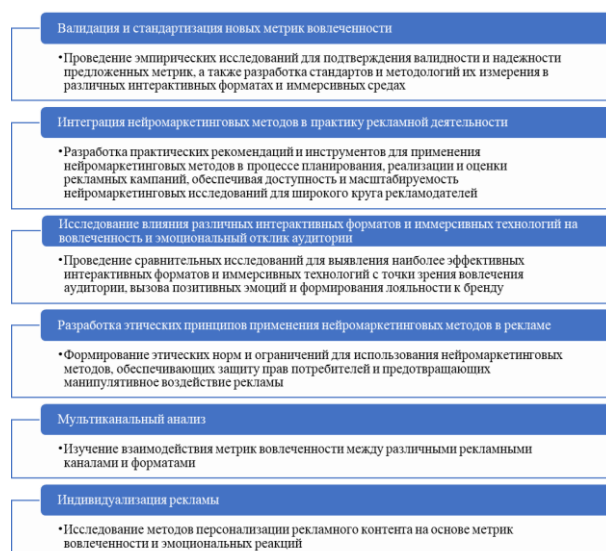


Рисунок 5 – Методы анализа эмоциональной реакции аудитории и нейромаркетинговых исследований на базе применения искусственного интеллекта

Новые показатели вовлеченности проводят измерение глубины взаимных действий, эмоционального отклика и долгосрочного воздействия на лояльность,

более точно проводя оценку эффективности кампаний, направленных на построение отношений с потребителями на длительной основе.



*разработано автором статьи

Рисунок 6 – Рекомендации для дальнейших исследований по вопросам разработки и внедрения новейших метрик эффективности рекламы в эпоху интерактивных форматов и иммерсивных технологий

Интерактивные форматы и иммерсивные технологии открывают новейшие возможности для создания увлекательной рекламы, а методы нейромаркетинга и технологии искусственного интеллекта предоставляют инструменты для более глубокого понимания эмоциональных реакций аудитории и

оптимизации рекламных сообщений, обеспечивая инвестициям в рекламу более устойчивое будущее в цифровую эпоху.

Применение методов нейромаркетинга и искусственного интеллекта в существенной мере расширило возможности анализа данных и дало

возможность глубже понять эффективность иммерсивной рекламы.

Будущие исследования по разработке и проверке новых показателей вовлеченности, оптимизации рекламных кампаний на основе данных нейромаркетинга и усовершенствованию методов нейромаркетинга для проведения оценки иммерсивной рекламы должны фокусировать свое внимание на разработке более точных и

надежных показателей вовлеченности и совершенствование методов их измерения.

Разработка новых моделей оценки, объединяющих биометрические, нейрофизиологические и данные анализа искусственного интеллекта, открывает перспективы более глубокого понимания механизмов воздействия рекламы, помогая оптимизировать стратегии управления рекламным бизнесом на современных динамичных рынках.

Список использованных источников

1. Михайленко, Н. Н. Оценка эффективности рекламной кампании в условиях информационного-технологического прогресса // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2023. – №4. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-reklamnoy-kampanii-v-usloviyah-informatsionnogo-tehnologicheskogo-progressa> (дата обращения: 03.02.2025).
2. 19 показателей для оценки эффективности рекламы. – Режим доступа: <https://ppc.world/articles/19-pokazateley-dlya-ocenki-effektivnosti-reklamy/> (дата обращения: 03.02.2025).
3. 20 метрик, которые покажут эффективность контекстной рекламы. – Режим доступа: https://blog.promopult.ru/ppc/metriki-effektivnosti-kontekstnoj-reklamy.html#h2_21 (дата обращения: 03.02.2025).
4. Анализ эффективности рекламы: метрики, декомпозиция и сквозная аналитика. – Режим доступа: <https://roistat.com/rublog/effektivnost-reklami/> (дата обращения: 03.02.2025).
5. Иммерсивные технологии – будущее реального и виртуального опыта. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/62d15e099a794704c379cf3b?from=copy> (дата обращения: 03.02.2025).
6. Нейромаркетинг. – Режим доступа: <https://marketing.hse.ru/blog/nejromarketing/> (дата обращения: 03.02.2025).
7. Рынок нейромаркетинговых исследований: компании, технологии, практика применения и перспективы развития / С. М. Березка, А. Ю. Ковалёнок, А. Ю. Шамалова, В. М. Старченко, П. И. Широкова, В. В. Косоногов, Т. В. Ветрова, А. Н. Шестакова; под общ. ред. С. М. Березки, А. Ю. Ковалёнок; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2023. – 108 с. – (Аналитические доклады Высшей школы бизнеса ВШЭ; вып. 4).

FROM REACH TO ENGAGEMENT: RETHINKING ADVERTISING PERFORMANCE METRICS IN THE ERA OF INTERACTIVE FORMATS AND IMMERSIVE TECHNOLOGIES

Kholmogorov D.I.

This article discusses the changing approaches to assessing the effectiveness of advertising campaigns (from traditional metrics focused on reach and frequency to more modern metrics focused on audience engagement) in the context of the development of interactive and immersive technologies (the era of interactive formats) and immersion technologies (AR/VR, gamification, interactive video). The article considers neuromarketing methods and artificial intelligence technologies for measuring emotional reactions. A comprehensive system for measuring effectiveness is proposed that links engagement metrics with business results. The importance of combining engagement metrics with key business metrics for optimizing advertising strategies is emphasized. The article proposes to rethink the approach to assessing the effectiveness of advertising in a dynamically changing media landscape.

Keywords: interactive advertising, advertising performance metrics, engagement, immersive technologies, neuromarketing, AR/VR, gamification, emotional response, artificial intelligence, digital marketing, reach, frequency of impressions, consumer loyalty, LTV, behavioral economics research.



Учредитель и издатель: Кононенко Валерий Александрович

Типография: ООО «Ростполиграф» (г. Москва).

Адрес типографии: 105187, г. Москва, ул. Вольная, 28/4, к.1

Отпечатано в ООО «Ростполиграф» 105187, г. Москва, ул. Вольная, 28/4, к.1

Подписано в печать 05.03.2025г., Усл. печ. л. 6,17.

Тираж 500 экз., цена свободная

Все права защищены