



Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»  
State University named after Shakarim Semey City  
Penza State Technological University  
New Bulgarian University

**SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT  
AND QUALITY OF LIFE:  
HISTORY AND MODERN TIMES**

Materials of the XI international scientific conference  
on March 15–16, 2021

Prague  
2021

**Social and economic development and quality of life: history and modern times:** materials of the XI international scientific conference on March 15–16, 2021. – Prague : Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2021. – 30 p. – ISBN 978-80-7526-512-8

#### **ORGANISING COMMITTEE:**

**Nicholay Arabadzhyski**, Doctor of economics, professor the department of administration and management, New Bulgarian University.

**Lyudmila I. Naydenova**, doctor of sociological sciences, professor.

**Alexey P. Konovalov**, candidate of historical sciences, professor in the department of history, Semey State University named after Shakarim, chairman of «Independent sociological center of Semey», Honored Science Worker of the Republic of Kazakhstan.

**Natalia V. Osipova**, candidate of sociological sciences, assistant professor of Penza State Technological University.

*Authors are responsible for the accuracy of cited publications, facts, figures, quotations, statistics, proper names and other information.*

These Conference Proceedings combines materials of the conference – research papers and thesis reports of scientific workers and professors. It examines psycho-pedagogical problems of a personality and social interaction. Some articles deal with individual and society as a major issue of psychology and educational sciences. A number of articles are covered psychological and socio-pedagogical support of the educational process. Some articles are devoted to value-semantic space of man and society. Authors are also interested in development of personality in ontogenesis.

**UDC 159.9+37+316.47**

**ISBN 978-80-7526-512-8**

© Vědecko vydavatelské centrum  
«Sociosféra-CZ», 2021.  
© Group of authors, 2021.

# CONTENTS



## I. OPPORTUNITIES AND COSTS OF DIFFERENT MODELS AND SCENARIOS OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT

**Ватропина А. П., Бутятин Н. Н.**

Анализ особенностей строительного маркетинга в России.....5

## II. POLITICAL AND ADMINISTRATIVE ASPECTS AND REGULATORY SUPPORT OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT

**Doroshina E. B.**

The USA Constitution and the Bill of Rights as an Outcome  
of the War of Independence .....9

**Паршиков А. Е.**

Нормативно-правовое регулирование рынка потребительских займов  
и социально-экономическое развитие: постановка проблемы..... 11

## III. PACE OF LIFE, FREE TIME AND REST AS PROBLEMS AND INDICES OF LIFE QUALITY

**Brashovan E. A.**

Tell me of your rest and I'll tell you how happy you are..... 14

## IV. GLOBAL, NATIONAL AND REGIONAL SPECIFICITIES OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT AND QUALITY OF LIFE

**Ефимова Д. В., Ерохина Д. С.**

Цифровизация финансовых услуг и клиентского сервиса в банковском  
секторе в период пандемии COVID-19 ..... 17

## V. HUMANISTIC VALUES IN CHANGING WORLD: PROBLEMS OF PRESERVATION AND DEVELOPMENT

**Дорошина И. Г.**

Понятие информационного общества в контексте  
теории толерантности.....23

План международных конференций, проводимых вузами России,  
Азербайджана, Армении, Болгарии, Белоруссии, Казахстана,  
Узбекистана и Чехии на базе Vědecko vydavatelské centrum  
«Sociosféra-CZ» в 2021 году .....26

Информация о научных журналах ..... 27

Издательские услуги НИЦ «Социосфера» – Vědecko vydavatelské  
centrum «Sociosféra-CZ»..... 28

Publishing service of the science publishing center «Sociosphere» –  
Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» ..... 29



# I. OPPORTUNITIES AND COSTS OF DIFFERENT MODELS AND SCENARIOS OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT



## АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ СТРОИТЕЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В РОССИИ

**А. П. Ватропина**

**Н. Н. Бутягин**

*Ученица,  
Школа № 3,  
Центр развития образования,  
студент,  
Рязанский строительный колледж  
им. Героя Советского Союза  
В. А. Беглова,  
г. Рязань, Россия*

---

**Summary.** The state of the construction industry during the pandemic. The features of construction marketing in Russia are formulated. The main elements of construction marketing are considered and the incoming processes are analyzed. The theory and practice of marketing activities in construction are analyzed. Controls in the construction sector have been developed.

**Keywords:** construction machinery; marketing research in construction; construction products; distribution processes.

---

Строительство – важная область в составе современной экономики (образует 709 млрд руб./ 10.089 млрд долларов США на 1 квартал 2020 года в структуре ВВП) [6], которая связана со всеми частями народного хозяйства. Строительство – это сложный совокупный механизм. Основные участники, входящие в состав строительной области, являются: проектные организации, инвесторы, монтажные предприятия, застройщики и т. д. [3]

По нашему мнению, в изменившихся условиях хозяйствования, разделение обязанностей все дальше отходит от привычной цепочки: инвестор, заказчик, застройщик, генподрядчик, субподрядчики [5]. В настоящее время наиболее распространено совмещение одним и тем же субъектом разных функций.

Объём ввода жилья по итогам 2020 года на 1.8 % меньше по сравнению с 2019 г. Без учета домов, вводимых на садовых участках в России сдано 75,5 млн. кв. метров, это также меньше за аналогичный период 2019 г. на 5.9 %. Согласно данным Росстат, построено 9 тысяч многоквартирных домов. Частное строительство приблизилось к 290 тыс. домов. При этом в 44 регионах, жилья в 2020 году введено больше, чем в 2019 году.

Объём работ, выполненный организациями города Рязани по виду деятельности «Строительство», в январе 2021 года составил 148 млн. рублей, что на 26,4 % ниже соответствующего периода 2020 года. В январе

2021 году организациями всех форм собственности построено 13,9 тыс. кв. метров жилья, что на 68,6 % ниже уровня января 2020 года [7].

По мнению вице-премьера РФ Марата Хуснуллина, несмотря на спад, связанный с пандемией, по итогам года можно отметить минимальное снижение ввода жилья [8].

Главной особенностью современного строительного рынка является ожидание у застройщиков снижения спроса на жилье. Данный фактор является основным барьером восстановления после кризиса 2020 года [10]. При этом, потребность жилья в разных регионах России продолжает превышать предложение. Многие люди так же живут в плохом и старом жилье, а среднее количество квадратных метров на одного человека не более 26,3 в 2019 году. За исключением некоторых областей нашей страны, например в г. Москве – среднее число кв. м на человека в 2019 году составляло 19.9 [9].

Выделим ряд объективных закономерностей, свойственных организациям занимающимся строительством:

- рост цен оценки строительного объекта (недвижимости) даже если нет взаимного воздействия на него (например, применяется к объектам строительства которое еще не окончено);

- наличие очень значимых общественных последствий развития в строительстве, что определяет рост уровня вмешательства государства в работу субъектов строительной области и увеличение общественного регулирования;

- большой срок возвратности вложений в строительство, что выражено высокой (часто очень высокой) продолжительностью инвестиционно-строительного цикла, состоящего из трёх групп процессов, объединение вложений, проведение строительных работ (все многообразие строительства) и продажу готовых объектов строительства [5].

Любая страна заинтересована в стабильном развитии строительной отрасли, так как она дает работу большей части населения и представляет собой одну из приоритетных областей деятельности предпринимателей. По нашему мнению, главной целью политики развития бизнеса строительства является получение долгосрочных конкурентных преимуществ. Анализируя опыт зарубежных и отечественных строительных предприятий, можно сделать вывод, что наиболее рентабельным планом современных предпринимателей стала маркетинговая деятельность в строительстве, главным для которой являются нужды и желания потребителей.

В зависимости от намеченных масштабов и характера проникновения на рынок различают три вида маркетинговых стратегий. Массовый маркетинг ориентирован на массовое производство и распространение одного товара. Товарно-дифференцированный маркетинг ориентирован на производство нескольких товаров разного качества, с разными свойствами, в разном оформлении. Это позволяет выйти на рынок с дифференцированным товаром, т.е. отличающихся от товаров конкурентов. Целевой маркетинг

заключается в разграничении рынков по видам, группам, в зависимости от представленных на нём покупателей, либо по территориальному признаку, в разработке соответствующих товаров, способов их продвижения на рынок применительно к каждому сегменту [4].

Маркетинг – это наука, благодаря которой можно выяснить, как удовлетворить потребности потенциальных клиентов [1]. Маркетинг необходим во всех сферах бизнеса, в том числе и строительстве со своей спецификой.

Первое направление в строительном бизнесе – это изготовление материалов. Необходимо провести маркетинговый анализ для исследования рынка. Это позволит определить, какая именно продукция пользуется спросом, рассчитать мощности и издержки производства.

Вторая сфера – это оказание строительных услуг. В эту группу входят компании, предоставляющие транспорт для грузоперевозок, специализированную технику, комплектующие и т. д. В задачи маркетинга, входит принятие решений о месте строительства объектов, их специфике и т. п. Это позволяет занять нишу, пользующуюся спросом у покупателей.

Третье направление – это обслуживание зданий. Им занимаются компании, предлагающие ремонт, перепланировку, отделку. Здесь также важно проанализировать, какие виды работ являются самыми востребованными.

Маркетинговая система в строительстве отличается своим относительно медленным развитием. Это обусловлено тем, что между участниками данной сферы имеется огромное количество сложнейших коммерческих связей (инвесторы, подрядчики и т. д.).

При этом все большую роль в современном строительстве играет социальная сфера, а также ограниченность природных ресурсов. Именно поэтому сегодня востребованы исследования, помогающие внедрять ресурсо-энергосберегающие технологии. Маркетинг в строительстве является новым инструментом, в отличие от маркетинга товаров. По нашему мнению, в России, маркетинг в строительстве применяют редко.

Самая главная цель деятельности маркетинга в строительстве – производство постоянно работающей системы по сбору, обработке и обмену справедливой информацией, для обеспечения планирования в маркетинге, что не является его приоритетом [5]. Служба маркетинга контролирует производство и выполнение работ, чтобы продукция предприятия соответствовала всем требованиям рынка и потребителей [2]. Черты маркетинга в строительстве определяются уникальными признаками:

1. Строительные предприятия, не смотря на свое множество разбросаны по территории. Многие из них работают временно и по сезонам.
2. Серьезная последовательность технологических этапов капитального строительства и работ по отделке, включает довольно большой объем работ и услуг (например, от монолитных работ до электроснабжения и ландшафтным дизайном).

3. На этапах строительства, которые производятся в настоящее время в современных условиях рынка, сильно растут совокупные затраты на проведение транзакции (участие на рынке). По нашему мнению, большая часть расходов приходится на систему товародвижения.

4. Бесспорно сильное воздействие на строительный процесс, оказывает климат и его условия. Так как плохие климатические условия увеличивают сроки строительства и дают не точное прогнозирование всех этапов строительства. В том числе, так же оказывает влияние рельеф местности, состав и строение грунта, наличие на территории строительства важных компонентов, таких как строительный кирпич и песок.

5. На итоговый результат строительства, которые проходят по полученным заказам, оказывает влияние не правильное распределение монтажно-строительных работ, нехватка оборотных средств и т. д.

Подводя итог всего вышесказанного, мы считаем, что маркетинг в строительстве необходим всем строительным компаниям. Именно с помощью исследований маркетинга компании смогут узнать какие именно строительные продукты пользуются спросом у потребителей и помогут организациям держаться на плаву в условия жесткой конкуренции в период ограничительных мер введённых из-за пандемии и кризиса.

#### Библиографический список

1. Абаев А.Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. – М.: Издательство «ИТК Дашков и К», 2021. – 433 с.
2. Грибов В.Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. – М.: Издательство «КноРус», 2021. – 224с.
3. Гусакова Е.А. Основы организации и управления в строительстве. – М.: Издательство «Юрайт», 2021. – 648с.
4. Довбыш В.Е. Специфика маркетинговых стратегий в строительстве // Новая наука: современное состояние и пути развития. – 2016. - № 4-1. – С.106-109.
5. Кайтялиди О.Н. Строительный бизнес в России: Характерные черты, закономерности и маркетинговые особенности //Проблемы современной экономики, – 2010. - № 2(34). – С.203-206.
6. <http://www.gks.ru> (дата обращения: 01.03.2021).
7. <https://admrzn.ru> (дата обращения: 01.03.2021).
8. <https://rg.ru> (дата обращения: 01.03.2021).
9. [http://www.irk.ru/geo/okrug\\_centralnyjj\\_okrug\\_-\\_cao/](http://www.irk.ru/geo/okrug_centralnyjj_okrug_-_cao/) (дата обращения: 01.03.2021).
10. <https://www.finam.ru> (дата обращения: 01.03.2021).





## II. POLITICAL AND ADMINISTRATIVE ASPECTS AND REGULATORY SUPPORT OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT



### THE USA CONSTITUTION AND THE BILL OF RIGHTS AS AN OUTCOME OF THE WAR OF INDEPENDENCE

**E. B. Doroshina**

*Student,  
National Research University  
Higher School of Economics,  
Moscow, Russia*

---

**Summary.** The article tells about the USA Constitution, which was adopted after the end of the War of Independence. The author gives a brief description of the three branches of government: legislative, executive and judicial, and also denotes the main provisions of the bill of rights.

**Keywords:** USA War of Independence; Philadelphia Convention; George Washington; legislative; executive and judicial branches; Bill of Rights; constitution.

---

After the end of the war of independence, which ended in 1783, the question of the political structure of the newly created state flared up with renewed vigor. A wave of discontent among farmers and artisans swept across the states, which was a good reason for the leaders to push forward the idea of creating a new, stronger system of government.

In 1787, not only deputies came to the Philadelphia Convention, but also well-known figures of the times of the struggle for independence. Among them was George Washington, who was elected chairman. As a result of the meetings on September 17 of the same year, the US Constitution was adopted, which entered into force only after the approval of nine states in March 1789.

Legislative power is vested in a bicameral Congress, consisting of the House of Representatives and the Senate. Members of the House of Representatives are elected by the population, and their number varies from state to state. Whereas the Senate consists of exactly 2 members from each state and they are already elected by the legislatures of each of them. It is worth noting that along with the number of representatives, direct taxes also vary among states. They are proportionally dependent on the taxable free population. Congress has the power to control taxation, issue money, form the army, and legislate.

The executive branch is represented by the President, who is elected for a 4-year term. However, elections go through electors from each state, that is, elections are not direct. The President is the commander-in-chief of the army and navy, and also has the right to grant pardons. His other rights are controlled

by the approval of the Senate: the conclusion of international treaties, the appointment of ambassadors and consuls, judges of the Supreme Court.

Judicial power is vested primarily in the Supreme Court, as well as in lower levels of authority, which may be approved by Congress. There is no specific term of service for judges – they have the right to work until the first violation.

Each state has a republican form of government and is equally protected from external and sometimes internal violence. Also, Congress can accept new states or give permission to merge existing ones, if their legislatures are interested in this. Thus, the Union is not fixed and is subject to change.

The rights of citizens of all states are equal. This means that any privileges and benefits of one state can be granted to representatives of other states. Moreover, each state guarantees that if a criminal escaped from another territory is found, it will return him to the state from which he tried to escape. This means that it is impossible to hide from justice in any of the regions, and it is the same everywhere.

After the entry into force of the Constitution, it became clear that it does not regulate civil rights and there are many controversial issues. In this regard, over the next few years in Congress, the amendments proposed by different states were collected. Ten of these were adopted in 1791 and are informally referred to as the "Bill of Rights."

If we summarize the rights and restrictions enshrined in this document, then it will look like this:

1. Freedom of conscience, speech and peaceful assembly.
2. The right to possess and bear arms.
3. Prohibition of placing soldiers in a house in peacetime, without the consent of its owner.
4. Prohibition of search and arrest without a warrant, the right to protect identity, property and documents.
5. Prohibition of coercion to testify against oneself in court, the obligation to comply with legal procedure in matters of deprivation of life, freedom and property.
6. The right to trial by jury, confrontation with witnesses and legal assistance.
7. Prohibition of re-examination of a jury decision other than under common law.
8. Prohibition of excessively large bail and fines, as well as cruel and unusual punishments.
9. The rights of citizens not specified in the Constitution are not diminished or canceled.
10. The powers of the states, which are not specified in the Constitution, but also do not contradict it, are retained by each state.

Of course, later there will be other amendments and regulations governing the structure and functioning of the United States. However, the Constitution

and the first amendments to it laid the foundation for the formation of the state and served as an example for the documents of other countries in the future.

### Библиографический список

1. Декларация независимости // Хрестоматия по истории Нового времени стран Европы и Америки / сост. Д. В. Кузнецов. Благовещенск, 2010. Книга 1: Внутриполитическое развитие. Часть 1: XVII–XVIII вв. – С. 175–190.
2. Конституция США: история и современность / под ред. А. А. Мишина и Е. Ф. Язькова. М., 1988. С. 44–85.

## НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЗАЙМОВ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

А. Е. Паршиков

*PhD, генеральный директор,  
ООО МКК «Инвест-Парк»,  
г. Калуга, Россия*

---

**Summary.** The article examines the topical issue of legal regulation of the institution of consumer lending. The features of consumer lending in Russia are revealed and shown. The main provisions of the Federal Law «On consumer credit (loan)» are considered.

**Keywords:** consumer loans market; loans; consumer credit; features of consumer lending; development prospects.

---

Нормативно-правовое регулирование кредитного процесса – это совокупность правовых норм, регулирующих отношения в сфере кредитования между кредитными организациями, Центробанком, заемщиками. Базовые правовые нормы содержатся в Гражданском кодексе РФ (глава 42 «Заем и кредит»), ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)», ФЗ «О потребительском кредите (займе)», ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях», ФЗ «О кредитной кооперации», ФЗ «О ломбардах».

С 1 июля 2014 года вступил в законную силу Федеральный закон от 21 декабря 2013 года №353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)». Несмотря на то, что институт потребительского кредитования известен на рынке достаточно давно, как такового понятия потребительского кредита и специального регулирования отношений по потребительскому кредитованию до настоящего момента в законодательстве не содержалось.

В качестве нормативной базы для регулирования данных отношений применялись общие положения Гражданского кодекса Российской Федерации о займе (кредите), Федерального закона «О банках и банковской деятельности», Закон о защите прав потребителей, нормы, регламентирующие

щие оплату товара, проданного в кредит, а также оплату товара в рассрочку. Данными актами недостаточно учитывалась специфика отношений по потребительскому кредитованию, что порой приводило к неопределенным с точки зрения правовых последствий результатам.

Проблема нормативно-правового регулирования возникающих отношений в сфере потребительского кредитования встала особенно остро в период развития кризисных явлений в российской экономике. Развитие кризиса в российской экономике замедлило не только социально-экономическое развитие, но и темпы роста потребительских кредитов, ограничило доступность для значительной части населения и увеличило просроченную задолженность по кредитам физическим лицам. Особо остро встал вопрос о правовой защите прав как заемщиков, так и кредиторов.

До недавнего времени одной из основных проблем потребительского кредитования было отсутствие специальных правовых норм, влияющих на стабильное функционирование и развитие этого сегмента рынка. Отношения между заемщиком и кредитором, возникающие при предоставлении, использовании и погашении потребительских кредитов, регулировались общими нормами, содержащимися в Гражданском кодексе Российской Федерации [1, с. 2–5], в Федеральном законе РФ «О банках и банковской деятельности» [3], в Законе РФ «О защите прав потребителей» и иных [1, с. 2]. Но ситуация коренным образом изменилась в связи с тем, что 21.12.2013 был принят Федеральный закон N 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» [4]. Ранее юридические споры возникали из-за того, что законодательные акты не в полной мере учитывали все детали потребительских займов. Однако некоторые теоретические проблемы в сфере потребительского кредитования в настоящее время остаются нерешенными.

Федеральный закон «О потребительском кредите (займе)» следующим образом определяет понятие потребительского кредита: потребительский кредит (заем) – денежные средства, предоставленные кредитором заемщику на основании кредитного договора, договора займа, в том числе с использованием электронных средств платежа, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, в том числе с лимитом кредитования.

В отличие от российского законодательства, европейское право определяет потребительские кредиты несколько иначе. Например, как указал Ю. В. Брык в своей работе, к сфере применения директивы Европейского сообщества о потребительском кредитовании, которая нашла свое отражение в Законе ФРГ «О потребительском кредите», относятся такие договоры, в которых заимодавец предоставляет потребителю кредит в форме отсрочки платежей, ссуд и другой подобной финансовой помощи. Потребителем является «любое физическое лицо, действующее для достижения целей, не относящихся к его профессиональной деятельности». Кредитором является «любое физическое или юридическое лицо, которое при выполнении своей трудовой деятельности предоставляет кредит».

Следует заметить, что в Законе ФРГ «О потребительском кредите» приводится перечень видов потребительского кредита, а в качестве кредитора, предоставляющего потребительский кредит, рассматривается любое физическое и юридическое лицо.

Ученые, юристы и экономисты должны различать эти свойства потребительского кредита, который представляет собой, во-первых, особая целевая направленность – покупка потребительских товаров; во-вторых, оплата различного рода расходов личного характера; в-третьих, его особый субъектный состав: заемщик – физическое лицо.

Таким образом, в настоящее время закон определяет правовую природу потребительских кредитов, и, прежде всего, их конкретную функцию, которая отличает их от других видов кредитных обязательств, предполагающих определенный тематический состав сторон; также это целевая направленность потребительских кредитов, не связанных с предпринимательской деятельностью и направленных на удовлетворение личных, домашних, семейных и других подобных потребностей; наконец, взаимосвязь между потребительскими кредитами в соответствии с Законом «О защите прав потребителей».

Учитывая изложенное, настоятельно рекомендуем всем, кто в профессиональной деятельности либо в частном порядке сталкивается с потребительским кредитованием, помимо основных моментов, описанных в статье, изучить также прочие положения законодательства. Ведь только тщательный анализ и знание нормативно-правовой базы помогают защитить свои права и законные интересы как в уже сложившихся отношениях, так и в будущем.

#### **Библиографический список**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (в ред. 05.05.2014) // Российская газета. -1994. - № 238, 239.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (в ред. 28.12.2013) // Российская газета. -1996. - № 23, 24, 25, 27.
3. Федеральный закон от 02.12.1990 N 395-1 «О банках и банковской деятельности» (в ред. от 30.09.2013) // Российская газета. 1996. - № 27.
4. Федеральный закон от 21.12.2013 N 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» // СЗ РФ. - 23.12.2013. - N51. - Ст. 6673.



### III. PACE OF LIFE, FREE TIME AND REST AS PROBLEMS AND INDICES OF LIFE QUALITY



#### TELL ME OF YOUR REST AND I'LL TELL YOU HOW HAPPY YOU ARE

E. A. Brashovan

*Teacher,  
Kuban State University,  
Institute of secondary  
professional education,  
Krasnodar, Russia*

---

**Summary.** The article deals with the problem of rest in the modern society. Kinds of rest are observed and the ways to improve your quality of life through rest are discussed.

**Keywords:** quality of living; rest; satisfaction; neuroses.

---

21 century... 3d millennium. On one hand, we live in the world of great opportunities, limitless permissiveness. We can have whatever we want at any time. But can we say that we have a happy life, or that our lives are happier than those of our ancestors?

The notion “quality of living” that appeared in 1958 is still being discussed by huge number of people. It can be viewed through two tendencies. The first one is based on the characteristics of socio-economic development level of society including quality of educational and medical services available for people, level of delinquency, later there were ecological characteristics included. But the bigger popularity both in previous times and now is observed in the definition of “quality of living” as “individual’s subjective assessment of the level of satisfaction of his or her personal needs”. And the level of this satisfaction depends on many things including one of the main-rest and the quality of human’s rest.

Human of the 21 century is the one who is constantly on the move. People have an enormous number of things to do. “Not a minute should be wasted” has become a kind of a 21-century’s motto. People are constantly rushing somewhere, trying to be in some place at one time, to do several things simultaneously. And what’s the result? Almost 90 % of people suffer different kinds of neuroses. Some are at the “beginner’s level”, but some are close to the nervous breakdowns, even thinking of suicides. That can happen to different people: those who live a hand – to-mouth existence, having several works to earn for living and with those who are at the top of the society wallowing in money. All of them have no satisfaction in their quality of living, and if we run through the reasons one of the first places will be taken by the absence or a bad quality of rest.

According to the scientific survey, there exist different types of rest [1]:

The first type of rest is physical rest, which can be passive or active. Passive physical rest includes sleeping and napping, while active physical rest means restorative activities such as yoga, stretching and massage therapy that help improve the body's circulation and flexibility. Add morning, or evening, exercises into your everyday-to-do-list (at least 10 or 15 minutes) and you will feel a flow of vitality.

The second type of rest is mental rest. It's when despite sleeping seven to eight hours, you wake up feeling as if you have never gone to bed. This is a mental rest deficit. In order to improve it just schedule short breaks to occur every two hours throughout your workday; these breaks can remind you to slow down.

The third type of rest is sensory rest. Bright lights, computer screens, background noise and multiple conversations can cause our senses to feel overwhelmed. This can be countered by doing something as simple as closing your eyes for a minute in the middle of the day, or just turn off all electronics at the end of the day and especially before sleep.

The fourth type of rest is creative rest. This type is especially important for anyone who must solve problems or constantly create new ideas. "Creative rest reawakens the awe and wonder inside each of us". Find time to admire the world around you: it doesn't matter either you'll go to some other countries, new places or have just a slow walk from work to home instead of driving a car in rush hours.

The rest number five is emotional rest. It means that you have to have time only for yourself, for your feelings. Unplug everything that makes you feel unappreciated, not needed, remove people who make you feel being used. Be true and sincere and have a courage to answer, "I'm not OK", if it is so, and share your worries with right people. Learn to say "No" to people whom you have no wish to please or be pleasant to. Respect yourself first!

The next kind of rest is a social rest. One wise person once said : "Have a courage to leave an boring film, leave people who suppress you, make you feel miserable and you will feel happier, much-much happier than you've been before". Surround yourself with only positive people, pleasant relations, with only those who makes your life brighter.

The final type of rest is spiritual rest, which is "the ability to connect beyond the physical and mental and feel a deep sense of belonging, love, acceptance and purpose". It means just that you need to put yourself into a prayer, some meditation. Believe in some spiritual power supporting you and leading you into the right direction.

In our time, especially in time of pandemic, we all are really exhausted and almost all of us need physical, sensory, mental rest: constant screens, phones, problem in social life, in relations and so on. What is to be done? Sit calmly and think what kind of rest you need first of all, what rest will bring better results for your mental health, for your physical state, for your life satisfaction. Make a list of kinds of rest necessary for you on a sheet of paper beginning

from the most important. Make a plan what to begin with( switch the phone 1 hour before sleep, or have a walk after work instead of driving a car at least one day a week, or remove negative thoughts and people from your life).

It is clear that every person should listen to himself and choose the right decision. Manage your time in such a way that you will have it for the rest you really need.

### **Bibliography**

1. Saundra Dalton-Smith MD. The 7 types of rest that every person needs. <https://ideas.ted.com/the-7-types-of-rest-that-every-person-needs/>
2. Болдырева Т.А. Взаимосвязь качества жизни и некоторых объективных и субъективных факторов жизнедеятельности студент. [http://vestnik.osu.ru/2015\\_2/32.pdf](http://vestnik.osu.ru/2015_2/32.pdf)





## IV. GLOBAL, NATIONAL AND REGIONAL SPECIFICITIES OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT AND QUALITY OF LIFE



### ЦИФРОВИЗАЦИЯ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ И КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19

**Д. В. Ефимова**

*Кандидат психологических наук, доцент,  
Пензенский государственный  
технологический университет  
г. Пенза, Россия*

**Д. С. Ерохина**

*Магистрант, управляющая Сбербанка,  
г. Москва, Россия*

---

**Summary.** The article examines the changes in the sphere of banking services in the context of the pandemic caused by the COVID-19 coronavirus.

**Keywords:** pandemic; isolation; digitalization; financial services; banking sector.

---

Пандемия COVID-19 – текущая глобальная пандемия коронавирусной инфекции COVID-19, вызванная коронавирусом SARS-CoV-2. Вспышка впервые была зафиксирована в Ухане, Китай, в декабре 2019 года. 30 января 2020 года Всемирная организация здравоохранения объявила эту вспышку чрезвычайной ситуацией в области общественного здравоохранения, имеющей международное значение, а 11 марта – пандемией. По состоянию на 9 декабря 2020 года, в ходе пандемии было зарегистрировано свыше 69,1 млн случаев заболевания по всему миру; более 1,573 млн человек скончалось и более 47,8 млн выздоровело.

Органы власти во всём мире приняли меры, введя ограничения на путешествия, контроль риска на рабочем месте и закрытие объектов. Кроме того, многие учреждения работают над повышением потенциала тестирования и отслеживанием контактов инфицированных лиц.

Пандемия COVID-19 стала причиной серьёзных социально-экономических последствий, включая крупнейшую мировую рецессию после Великой депрессии и массовый голод, затронувший около 265 млн человек. Это привело к переносу или отмене множества спортивных, религиозных, политических и культурных мероприятий, а широко распространённый дефицит поставок усугубился паническими покупками. Уменьшились выбросы загрязняющих веществ и парниковых газов. Школы, университеты и колледжи были закрыты либо на общенациональной, либо на местной основе, в 172 странах, что затронуло приблизительно 98,5 % мирового населения школьного и студенческого возрастов. Дезинформация о

вирусе распространилась через социальные сети и средства массовой информации. Известны случаи ксенофобии и дискриминации в отношении китайского народа и тех, кто воспринимается как китайцы или выходцы из регионов с высоким уровнем инфицирования.

К социально-экономическим последствиям пандемии COVID-19 относится продолжающееся распространение инфекции по всему миру, которое привело к обвалу фондового рынка, который начался в середине февраля 2020 года; в частности, промышленный индекс Доу-Джонса, и индекс S&P 500 упали за последующий месяц на 26-27 %. К 27 января, на фоне роста числа заболевших, падение затронуло FTSE 100 и европейские биржи. На Лондонской фондовой бирже из-за опасений по поводу снижения потребностей Китая в металлах и полезных ископаемых сильнее всего упали акции горнодобывающих компаний. Снижению подверглись акции гостиничных холдингов, авиакомпаний и ритейлеров класса люкс (35 % продаж данных товаров приходится на Китай, а 25 января отмечался Китайский Новый год), цена нефти на международных рынках снизилась на 3 %. В то же время подскочили цены на более безопасные активы вроде золота и государственных облигаций.

Эпидемия и связанные с ней карантинные меры привели к снижению спроса на энергоносители со стороны их крупнейшего потребителя и импортера – КНР. Цена нефти европейского сорта Brent с января по февраль упала с 69 до 54 долларов за баррель, цена спотовых контрактов на российский природный газ европейской площадки TTF снизилась до 102 долларов за 1000 кубометров (в 2019 году средняя цена составляла 204,7 доллара). В дальнейшем (в том числе и из-за срыва нового соглашения ОПЕК+) падение резко ускорилось.

По мнению различных вирусологов из Великобритании и Германии, пандемия может продлиться от одного до двух лет. Американский профессор-эпидемиолог Джастин Лесслер считает, что COVID-19, с одной стороны, не исчезнет, а с другой – не станет препятствием для нормализации жизни, которая наступит благодаря вакцинам или благодаря приобретению населением иммунитета естественным путём.

На фоне пандемии и экономического кризиса цифровизация услуг и клиентского сервиса становится особенно актуальной для банковского сектора. Какие изменения заметны уже сегодня? Как изменилась роль мобильных приложений? Какие новые требования к банкам появились в период постпандемии? Рассказал в своей статье Алексей Виноградов, Первый заместитель Председателя Правления ПАО «РосДорБанк».



[https://bankstoday.net/wp-content/uploads/2020/09/covid-19-5511070\\_1920-1536x798.jpg](https://bankstoday.net/wp-content/uploads/2020/09/covid-19-5511070_1920-1536x798.jpg)

Он отметил, что в период постпандемии главная задача, с которой столкнулись предприятия каждой из отраслей российской экономики – адаптация к изменившимся потребностям клиентов и трансформация своих услуг согласно новым реалиям. За несколько месяцев карантина люди привыкли работать и получать большинство услуг в режиме онлайн, коммуникации стали в основном дистанционными. Новые тенденции заставили реагировать и банковский сектор [1].

Коронакризис стал катализатором цифровой трансформации банковских продуктов и клиентского сервиса. Именно в цифровизации многие банки видят точки роста для усовершенствования своей деятельности и укрепления позиций на рынке. Самоизоляция дала возможность познакомиться клиентов с дистанционными каналами коммуникации и сформировать пользовательский опыт у клиентов, которые традиционно предпочитали новым технологиям посещение отделения. Многие клиенты уже оценили преимущества дистанционных каналов и планируют продолжить ими пользоваться и после пандемии. Поэтому возможность дистанционно открывать вклады, оформлять кредиты или заказывать нужные выписки переходит в разряд обязательных услуг, которые клиент ожидает от банка. Следствием данного процесса может стать снижение посещаемости офисов, что, с большой долей вероятности, вызовет волну их сокращений. Это приведет к снижению расходов на содержание отделений может пойти представителям сектора на пользу. Пандемия подтолкнула процесс цифровизации банковских услуг к переходу в онлайн. С введением режима самоизоляции банки были вынуждены более активно совершенствовать свои цифровые возможности, хотя и до этого данный процесс шёл достаточно интенсивно. Еще в 2019 году (по сравнению с 2018-м) количество клиентов банков, которые пользовались онлайн услугами, увеличилось более чем в полтора раза. Наблюдается обострение конкуренции в области развития цифровых сервисов: подавляющее большинство банков приняли меры по расширению функционала мобильных приложений, что стало ос-

новным элементом цифровой трансформации банковских услуг. Акцент делается на максимальное использование инновационных технологий, а также на постоянное обновление и модернизацию, что напрямую влияет на конкурентоспособность банка. В функционал приложений стали включать не только возможность дистанционного оформления банковских продуктов, но и получение справок, выписок, историй операций. Качество и удобство приложений стало серьезно влиять на оценку клиентами качества обслуживания в целом. По статистике, мобильные приложения предпочитают преимущественно клиенты возрастной категории до 35 лет, хотя и доля клиентов старшего возраста постепенно растет. Увеличивается и интенсивность использования приложений в целом: только за март количество сессий в банковских приложениях выросло на 30% по сравнению с февралем. Приложениями хотя бы иногда пользуются до 60% клиентов банков, а доля дистанционных расчетных операций и операций по брокерскому бизнесу, производимых онлайн, стремится к единице. Однако, есть и другая категория людей, для которых цифровизация является непреодолимым барьером – это пожилые люди и инвалиды. На наш взгляд, необходимо учитывать и их потребности и, главное возможности адаптации их в цифровом пространстве.

Произошел рост интереса к Системе Быстрых платежей и другим продуктам. Система Быстрых платежей (СБП) сегодня стала еще одним ключевым драйвером развития мобильного банкинга. Её популярность постепенно возрастает: в марте количество операций с помощью СБП выросло на 9,5%, а общая сумма операций – на 37,5%. Главной причиной, конечно, стал переход многих клиентов банков на удаленную работу.

Развитие СБП тесно связано с совершенствованием мобильных приложений банков. Конкурентоспособность последних существенно повышается с внедрением возможности приема платежей по QR-кодам через СБП. Количество таких покупок в марте по сравнению с февралем выросло втрое, а суммарный оборот – в 2,7 раза.

Что касается отдельных банковских продуктов, в апреле 2020 (по сравнению с мартом) существенно возросла доля онлайн-заявок на кредиты наличными (на 50%), на автокредиты (на 60%) и на ипотеку (на 9%). Общее количество заявок по прогнозам также возрастет, так как решение регулятора снизить ключевую ставку на 1% приводит к снижению ставок и по кредитам, и по депозитам. Из банковских услуг, пользующихся на фоне кризиса особенной популярностью, стоит отметить выдачу беспроцентных «зарплатных» кредитов под 0% годовых предприятиям малого и среднего бизнеса. За апрель-май в России было подано соответствующих заявок на сумму свыше 140 млрд. рублей.

На наш взгляд, одним из особо важных вопросов является сопутствующая коррупционная составляющая. Частым делом сегодня является цифровое мошенничество. Цифровизация с одной стороны имеет глобальные положительные стороны, но и развязывает руки мошенникам!

Стали входить в обиход звонки от «сотрудников» Сбербанка для оказания помощи в блокировке незапланированных переводов. На мобильный телефон жертве приходит смс, которую она должна сообщить вору, после чего средства с карты благополучно переходят от владельца на счет вора. Доказать вину, найти вора, практически невозможно. А значит с цифровизацией должна появиться новая модель критического мышления, которая будет в себя включать внимательность, (от кого поступает сигнал?!) уверенность в себе (умение сказать нет), бдительность и смелость (гражданская ответственность) смелость сообщить о мошенничестве, последующая бдительность. Часто мошенники пользуются тем, что торопят жертву, не дают ей опомниться. Должна проводиться работа по ликвидации цифровой безграмотности со всеми возрастными категориями граждан.

Алексей Виноградов, Первый заместитель Председателя Правления ПАО «РосДорБанк» отметил, что клиентам становятся доступны и дистанционные услуги, не связанные непосредственно с денежными операциями: онлайн-консультации, дистанционное открытие счета (в том числе для новых клиентов – с помощью биометрии). Наряду с онлайн-кредитами потребители теперь получают возможность полностью дистанционного приобретения товаров, в том числе на значительную сумму (например, автомобилей). Отдельно стоит отметить тренд на развитие СБП, распространение полностью цифровых карт, которые можно выпустить в мобильном или интернет-банке, а далее использовать как обычную карту, привязав её к Apple Pay или Google Pay.

Об адаптации к потребностям клиентов. На фоне пандемии как никогда востребованной становится концепция клиентоориентированности. Качественно выстроенные отношения с клиентами – это единственно верный для нашей отрасли подход. Установка, что успех клиента – это наш собственный успех, позволяет нашему банку уверенно чувствовать себя на рынке на протяжении многих лет. Направлять деятельность банка на интересы клиента – не задача повышенной сложности, а естественная функция любой организации, работающей в сфере услуг, отмечает Алексей Виноградов, Первый заместитель Председателя Правления ПАО «РосДорБанк».. Максимальное использование своих возможностей и ресурсов во благо клиента для нас более приоритетно, чем сиюминутная прибыль. Впрочем, как показывает практика, на прибыль такой подход влияет позитивно.

Цифровизация, безусловно, эффективный инструмент развития клиентского сервиса и во многом сокращающая дистанцию между клиентом и банком. Но, с другой стороны, специфика банковской отрасли, особенно в корпоративном сегменте, требует прямой, очной коммуникации клиента с представителями банка. Прямые переговоры являются неотъемлемой частью клиентоориентированного подхода, так как дают возможность сделать клиенту индивидуальное предложение, наиболее эффективно решающее его задачи.

Важно также помнить о сохранении партнерских отношений с клиентами. Некоторым из них в данный период нужен не столько индивидуальный подход и специальные услуги, сколько уверенность в устойчивости поддержки со стороны банка, чувство опоры. Поэтому еще одна важная задача – давать клиенту ощущение надежности, оказывать постоянную поддержку, например, путем организации удобной и всегда доступной системы онлайн-консультирования.

#### Библиографический список

1. <https://bankstoday.net/last-articles/kak-izmenilis-bankovskie-produkty-v-epohu-pandemii-i-posle-nee-rasskazyvaet-rukovoditel-banka>
2. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Пандемия\\_COVID-19](https://ru.wikipedia.org/wiki/Пандемия_COVID-19)



## V. HUMANISTIC VALUES IN CHANGING WORLD: PROBLEMS OF PRESERVATION AND DEVELOPMENT



### ПОНЯТИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ ТОЛЕРАНТНОСТИ

И. Г. Дорошина

*Кандидат психологических наук, доцент,  
Международная исламская академия  
Узбекистана,  
г. Ташкент, Узбекистан*

---

**Summary.** The article defines the concepts of information society, information culture and information-psychological impact in the context of the theory of tolerance.

**Keywords:** information society, information culture, information and psychological impact, tolerance.

---

Древнее китайское проклятие гласит: «Чтоб ты жил в эпоху перемен». Современному поколению «повезло» очутиться на этапе перехода от капиталистического общества к информационному, что особенно остро стало ощущаться в последние несколько лет. Информатизация охватила практически все сферы жизни человека, что очень сильно сказалось на изменении образа жизни всего человечества и привело к формированию понятия информационного общества.

Информационное общество – понятие, характеризующее качество современного общества, в котором информация и информационные технологии во многом определяют развитие сфер жизни общества. В технической сфере это означает широкое применение информационных средств в деятельности всех организаций и учреждений. В отраслях экономики информационное общество проявляется в превращении информации в товар. В политике информатизация связана с беспрепятственным доступом к разной значимой информации. Одним словом, в условиях информационного общества информация является важным социальным ресурсом.

Информационное общество – продукт культурного развития человечества, оно предназначено для максимального удовлетворения одной из таких важных социальных потребностей, как развитие социальных связей и коммуникации. Сегодня невозможно представить нашу жизнь без телефона, телеграфа, почты, факса и компьютера. Однако известно, что высокие информационные технологии на сегодняшний день используются и для достижения корыстных целей. Это, в свою очередь, добавляет остроту проблемам, связанным с социальной, политической, экономической, духовной, идеологической и вообще безопасностью.

Данное обстоятельство требует разработки новых эффективных подходов к вопросам передачи и использования информации, так как в условиях информационного общества имеются огромные возможности для формирования и изменения сознания людей в том или ином направлении. Через средства массовой коммуникации одновременно передаются и гуманистические, добрые и антигуманные, злые идеи, в результате этого процесса люди оказываются под довлеющим воздействием средств массовой информации. Таким образом, информационное общество – объективная реальность, но требующая непрерывных субъективных действий, направленных на поддержание и повышение уровня социальной толерантности в условиях мощных информационных потоков и высокой информационной насыщенности взаимодействий и взаимоотношений между людьми.

Говоря об информатизации современной жизни нельзя обойти вниманием такое явление, как информационная культура.

Информационная культура – важный элемент культуры информационной эпохи, понятие, отражающее смысл информационного общества. Выражая собой основной сегмент современной культуры, включает в себя все другие культурные фрагменты, которые полноценно не могут существовать вне зависимости от неё.

Сущность информационной культуры раскрывается в двух аспектах: социологическом и технологическом. В первом случае информационная культура выступает как социокультурный феномен, а во втором анализируется как технико-технологическое явление. Данный вид культуры является мощным фактором освоения культурного потенциала, накопленного в течение тысячелетий со стороны человека и общества, так что ограничивать сферу функционирования информационной культуры только одной информатизацией или компьютеризацией неправильно. Информационная культура отражает широкую сферу, охватывает научную деятельность, образование, управление, общественные процессы, бытовую жизнь, досуг и др.

В рамках философии толерантности информационная культура – это взаимодействие нравственных, гуманистических и толерантных ценностей, а также совокупность принципов и механизмов присоединения их к общей практике человечности. В этом плане информационная культура является самым важным средством формирования мирового культурного сообщества и глобального информационного пространства.

Чрезвычайно важным в условиях повсеместной информатизации является информационно-психологическое воздействие, оказываемое на людей.

Информационно-психологическое воздействие – это совокупность целенаправленных психологических мероприятий по формированию или изменению определенных представлений, убеждений, настроений, чувств и т.д. у социальных субъектов. Информационно-психологическое воздействие подразумевает непрерывную систематическую передачу информа-



ции и сведений, которые соответствуют поставленным целям. Кроме этого, предоставляемая информация в процессе передачи может искусственно искажаться, меняться для того, чтобы задачи воздействия эффективно выполнялись.

Практика показывает, что нередко информационно-психологическое воздействие как комплекс специальных операций и мероприятий применяется в рамках стратегических целей банд-формирований, преступных групп и т. д. В качестве средств информационно-психологического воздействия могут применяться СМИ, Интернет, виды искусства, непосредственное общение и другие каналы социальной коммуникации. Данный процесс во многом сопровождается манипулированием, что подчёркивает интолерантную суть такого воздействия.

В современных условиях высоких информационно-коммуникационных технологий возможности информационно-психологического воздействия расширяются, поэтому, для того, чтобы не оказаться под влиянием негативных воздействий интолерантного характера, необходимо усовершенствовать саморазвитие личности, особенно в направлении правильного различения смысла получаемой информации.



**ПЛАН МЕЖДУНАРОДНЫХ КОНФЕРЕНЦИЙ, ПРОВОДИМЫХ ВУЗАМИ  
РОССИИ, АЗЕРБАЙДЖАНА, АРМЕНИИ, БОЛГАРИИ, БЕЛОРУССИИ,  
КАЗАХСТАНА, УЗБЕКИСТАНА И ЧЕХИИ НА БАЗЕ  
VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»  
В 2021 ГОДУ**

<b>Дата</b>	<b>Название</b>
5–6 апреля 2021 г.	Народы Евразии: история, культура и проблемы взаимодействия
10–11 апреля 2021 г.	Проблемы и перспективы развития профессионального образования в XXI веке
15–16 апреля 2021 г.	Информационно-коммуникационное пространство и человек
18–19 апреля 2021 г.	Актуальные аспекты педагогики и психологии начального образования
20–21 апреля 2021 г.	Здоровье человека как проблема медицинских и социально-гуманитарных наук
22–23 апреля 2021 г.	Социально-культурные институты в современном мире
25–26 апреля 2021 г.	Детство, отрочество и юность в контексте научного знания
28–29 апреля 2021 г.	Культура, цивилизация, общество: парадигмы исследования и тенденции взаимодействия
2–3 мая 2021 г.	Современные технологии в системе дополнительного и профессионального образования
10–11 мая 2021 г.	Риски и безопасность в интенсивно меняющемся мире
13–14 мая 2021 г.	Культура толерантности в контексте процессов глобализации: методология исследования, реалии и перспективы
15–16 мая 2021 г.	Психолого-педагогические проблемы личности и социального взаимодействия
20–21 мая 2021 г.	Текст. Произведение. Читатель
25–26 мая 2021 г.	Инновационные процессы в экономической, социальной и духовной сферах жизни общества
1–2 июня 2021 г.	Социально-экономические проблемы современного общества
10–11 сентября 2021 г.	Проблемы современного образования
15–16 сентября 2021 г.	Новые подходы в экономике и управлении
20–21 сентября 2021 г.	Традиционная и современная культура: история, актуальное положение и перспективы
25–26 сентября 2021 г.	Проблемы становления профессионала: теоретические принципы анализа и практические решения
28–29 сентября 2021 г.	Этнокультурная идентичность – фактор самосознания общества в условиях глобализации
1–2 октября 2021 г.	Иностранный язык в системе среднего и высшего образования
12–13 октября 2020 г.	Информатизация высшего образования: современное состояние и перспективы развития
13–14 октября 2021 г.	Цели, задачи и ценности воспитания в современных условиях
15–16 октября 2021 г.	Личность, общество, государство, право: проблемы соотношения и взаимодействия
17–18 октября 2021 г.	Тенденции развития современной лингвистики в эпоху глобализации
20–21 октября 2021 г.	Современная возрастная психология: основные направления и перспективы исследования
25–26 октября 2021 г.	Социально-экономическое, социально-политическое и социокультурное развитие регионов
1–2 ноября 2021 г.	Религия – наука – общество: проблемы и перспективы взаимодействия
3–4 ноября 2021 г.	Профессионализм учителя в информационном обществе: проблемы формирования и совершенствования.
7–8 ноября 2021 г.	Классическая и современная литература: преемственность и перспективы обновления
15–16 ноября 2021 г.	Проблемы развития личности: многообразие подходов
20–21 ноября 2021 г.	Подготовка конкурентоспособного специалиста как цель современного образования
25–26 ноября 2021 г.	История, языки и культуры славянских народов: от истоков к грядущему
1–2 декабря 2021 г.	Практика коммуникативного поведения в социально-гуманитарных исследованиях
3–4 декабря 2021 г.	Проблемы и перспективы развития экономики и управления
5–6 декабря 2021 г.	Безопасность человека и общества как проблема социально-гуманитарных наук

## ИНФОРМАЦИЯ О НАУЧНЫХ ЖУРНАЛАХ

Название	Профиль	Периодичность	Наукометрические базы	Импакт-фактор
Научно-методический и теоретический журнал «Социосфера»	Социально-гуманитарный	Март, июнь, сентябрь, декабрь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• РИНЦ (Россия),</li> <li>• Directory of open access journals (Швеция),</li> <li>• Open Academic Journal Index (Россия),</li> <li>• Research Bible (Китай),</li> <li>• Global Impact factor (Австралия),</li> <li>• Scientific Indexing Services (США),</li> <li>• Cite Factor (Канада),</li> <li>• International Society for Research Activity Journal Impact Factor (Индия),</li> <li>• General Impact Factor (Индия),</li> <li>• Scientific Journal Impact Factor (Индия),</li> <li>• Universal Impact Factor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Global Impact Factor – 1,881,</li> <li>• РИНЦ – 0,075.</li> </ul>
Чешский научный журнал «Paradigmata poznání»	Мультидисциплинарный	Февраль, май, август, ноябрь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Research Bible (Китай),</li> <li>• Scientific Indexing Services (США),</li> <li>• Cite Factor(Канада),</li> <li>• General Impact Factor (Индия),</li> <li>• Scientific Journal Impact Factor (Индия)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Global Impact Factor – 0,966</li> </ul>

**ИЗДАТЕЛЬСКИЕ УСЛУГИ НИЦ «СОЦИОСФЕРА» –  
VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»**

Научно-издательский центр «Социосфера» приглашает к сотрудничеству всех желающих подготовить и издать книги и брошюры любого вида:

- учебные пособия,
- авторефераты,
- диссертации,
- монографии,
- книги стихов и прозы и др.

Книги могут быть изданы в Чехии  
(в выходных данных издания будет значиться –  
*Прага: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»*)  
или в России  
(в выходных данных издания будет значиться –  
*Пенза: Научно-издательский центр «Социосфера»*)

Мы осуществляем следующие виды работ.

- редактирование и корректура текста (исправление орфографических, пунктуационных и стилистических ошибок),
- изготовление оригинал-макета,
- дизайн обложки,
- присвоение ISBN,
- печать тиража в типографии,
- обязательная отсылка 5 экземпляров в ведущие библиотеки Чехии или 16 экземпляров в Российскую книжную палату,
- отсылка книг автору.

Возможен заказ как отдельных услуг, так как полного комплекса.

**PUBLISHING SERVICES  
OF THE SCIENCE PUBLISHING CENTRE «SOCIOSPHERE» –  
VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»**

The science publishing centre «Sociosphere» offers co-operation to everybody in preparing and publishing books and brochures of any kind:

- training manuals;
- autoabstracts;
- dissertations;
- monographs;
- books of poetry and prose, etc.

Books may be published in the Czech Republic  
(in the output of the publication will be registered

***Prague: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»***  
or in Russia

(in the output of the publication will be registered

***Пенза: Научно-издательский центр «Социосфера»***)

We carry out the following activities:

- editing and proofreading of the text (correct spelling, punctuation and stylistic errors),
- making an artwork,
- cover design,
- ISBN assignment,
- print circulation in typography,
- delivery of required copies to the Russian Central Institute of Bibliography or leading libraries of Czech Republic,
- sending books to the author by the post.

It is possible to order different services as well as the full range.

Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»  
State University named after Shakarim Semey City  
Penza State Technological University  
New Bulgarian University

# **SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT AND QUALITY OF LIFE: HISTORY AND MODERN TIMES**

Materials of the XI international scientific conference  
on March 15–16, 2021

Articles are published in author's edition.  
The original layout – I. G. Balashova

Podepsáno v tisku 29.03.2021.  
60×84/16 ve formátu.  
Psaní bílý papír. Vydavate llistů 2,1.  
100 kopií

Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», s.r.o.:  
Identifikační číslo 29133947 (29.11.2012)  
U dálnice 815/6, 155 00, Praha 5 – Stodůlky, Česká republika  
Tel. +420773177857  
web site: <http://sociosphere.com>  
e-mail: [sociosfera@seznam.cz](mailto:sociosfera@seznam.cz)