



**Электронный периодический  
рецензируемый  
научный журнал**

**«SCI-ARTICLE.RU»**

<http://sci-article.ru>

**№153 (май) 2026**

**СОДЕРЖАНИЕ**

Редколлегия.....	4
<b>ПУНЬКО АЛИНА ВЛАДИМИРОВНА. ВЫБОР СТРАТЕГИИ ОХРАНЫ: ПАТЕНТЫ VS. НОУ-ХАУ (СЕКРЕТЫ ПРОИЗВОДСТВА) В УСЛОВИЯХ БЕЛОРУССКОГО ПРАВОВОГО ПОЛЯ .....</b>	<b>12</b>
<b>ГЛАДКИХ ЮЛИЯ СЕРГЕЕВНА. 1С:ПРЕДПРИЯТИЕ.ЭЛЕМЕНТ И 1С:ПРЕДПРИЯТИЕ: СРАВНЕНИЕ СРЕДСТВ РАЗРАБОТКИ .....</b>	<b>18</b>
<b>ПАВЛОВ ВАДИМ АЛЕКСЕЕВИЧ. ОСОБО ОХРАНЯЕМЫЕ ПРИРОДНЫЕ ТЕРРИТОРИИ КАК ОБЪЕКТЫ ГРАЖДАНСКИХ ПРАВ .....</b>	<b>26</b>
<b>МИШКОВА МИЛАНА ГРИГОРЬЕВНА. ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ: КРИТЕРИИ ВЫБОРА МЕЖДУ ПАТЕНТОВАНИЕМ И РЕЖИМОМ НОУ-ХАУ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ .....</b>	<b>33</b>
<b>ВАСИЛЮК ДАРЬЯ ДМИТРИЕВНА. ПОКОЛЕНЧЕСКИЕ РАЗЛИЧИЯ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ ПОВЕДЕНИИ .....</b>	<b>41</b>
<b>НУРЫЕВА ЭНЕДЖАН ГАДАМОВНА. ПОЛИФОНИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ РАЗВИТИЯ В «ВАРИАЦИЯХ ДЛЯ СТРУННОГО КВАРТЕТА» ДАНГАТАРА ХЫДЫРОВА.....</b>	<b>51</b>
<b>МИКУЛИЧ РОМАН АНДРЕЕВИЧ. СЕРОСОДЕРЖАЩИЕ АМИНОКИСЛОТЫ В ИММУНЫХ ОРГАНАХ КРЫС ПРИ ГИПОТЕРМИИ И ОСТРОЙ АЛКОГОЛЬНОЙ ИНТОКСИКАЦИИ.....</b>	<b>62</b>
<b>МИЦКЕВИЧ СТАНИСЛАВ ОЛЕГОВИЧ. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА И ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «СПЕЦАВТОМАТИКА» .....</b>	<b>66</b>
<b>САФОНОВ МИХАИЛ ВИКТОРОВИЧ. ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ И ПРОФИЛАКТИКА ТРАВМАТИЗМА НА УРОКАХ ВОЛЕЙБОЛА.....</b>	<b>76</b>
<b>ВАСИЛЕВСКАЯ ВАЛЕРИЯ ВИТАЛЬЕВНА. ВЛИЯНИЕ СТРУКТУРНОГО ДЕФИЦИТА РАБОЧЕЙ СИЛЫ НА ДИНАМИКУ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ, УДЕЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ НА ТРУД И ТЕХНОЛОГИЧЕСКУЮ МОДЕРНИЗАЦИЮ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ .....</b>	<b>81</b>
<b>БАРТОШ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВНА. ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ СРОЧНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ И ВИЗУАЛЬНЫХ СЧЁТЧИКОВ ВРЕМЕНИ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ВЫБОРЕ ТОВАРА.....</b>	<b>90</b>
<b>ШИТУХИНА АННА НИКОЛАЕВНА. ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ОПТИМИЗАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСАМИ.....</b>	<b>101</b>
<b>ЗУБЕЙ ИРИНА ЮРЬЕВНА. АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РЫНКА ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....</b>	<b>108</b>
<b>ПОЧИНЧИК МАРТА ОЛЕГОВНА. ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ .....</b>	<b>114</b>
<b>ВАСИЛЕВСКАЯ ВАЛЕРИЯ ВИТАЛЬЕВНА. ЛИДЕРСКИЕ КАЧЕСТВА И ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ СПЕЦИАЛИСТА В УПРАВЛЕНИИ СОВРЕМЕННЫМ ПРОИЗВОДСТВОМ .....</b>	<b>122</b>
<b>БЕБКО АРИНА ВАЛЕНТИНОВНА. РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ .....</b>	<b>131</b>

<b>ЭРБОЕВ МУРОДЖОН ОЛИМДЖОНОВИЧ. ДОКУМЕНТАЛЬНАЯ ВЕРИФИКАЦИЯ И ТИПОЛОГИЯ СОВРЕМЕННОГО ГЕРОИЧЕСКОГО НАРРАТИВА: ГЕРОИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ОФИЦИАЛЬНОЙ И МЕДИЙНОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ .....</b>	<b>136</b>
<b>КИСЕЛЬ ВЕРОНИКА ВАСИЛЬЕВНА. РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ УКРЕПЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ (НА МАТЕРИАЛАХ ОАО "МАЛОРИТСКИЙ КОСК").....</b>	<b>144</b>
<b>ШАЙМАРДАНОВА АЗАЛИЯ РАМИЛЬЕВНА. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ АЛЮМИНОТЕРМИТНОЙ СВАРКИ ПРИ РЕМОНТЕ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ПУТИ.....</b>	<b>155</b>
<b>МИЦКЕВИЧ СТАНИСЛАВ ОЛЕГОВИЧ. ВЗАИМОСВЯЗЬ КОРПОРАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ И ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ И ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ .....</b>	<b>161</b>
<b>БУРАКОВ ЕЛИСЕЙ НИКОЛАЕВИЧ. ФИЗИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ БОРЬБЫ СО СТРЕССОМ У СТУДЕНТОВ-ПРОГРАММИСТОВ .....</b>	<b>169</b>
<b>ЛАПЦЕВИЧ ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА. УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ПРИ ВНЕДРЕНИИ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА .....</b>	<b>175</b>
<b>КАЗУН АЛИНА ТАРОВНА. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ИТ-СЕКТОРЕ БЕЛАРУСИ: ПРОБЛЕМА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЫГОРАНИЯ В УСЛОВИЯХ УДАЛЁННОЙ РАБОТЫ.....</b>	<b>180</b>
<b>БУЛАЕВА НАТАЛЬЯ АЛЕКСАНДРОВНА. ДВА ЦИКЛА НЕЗАВИСИМОЙ ОЦЕНКИ УСЛОВИЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ В РАЗРЕЗЕ ВЕДОМСТВЕННОЙ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ .....</b>	<b>188</b>
<b>ВАСИЛЕВСКАЯ ВАЛЕРИЯ ВИТАЛЬЕВНА. РАЗВИТИЕ ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ И ЕЁ ВКЛАД В РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....</b>	<b>202</b>
<b>АПЕТЁНОК УЛЬЯНА СЕРГЕЕВНА. ФЕНОМЕН ОНКОФОБИИ В ЗДОРОВОМ ОБЩЕСТВЕ: СОЦИАЛЬНЫЕ И КУЛЬТУРНЫЕ КОРНИ ИРРАЦИОНАЛЬНОГО СТРАХА.....</b>	<b>211</b>

## Редколлегия

**Агакишиева Тахмина Сулейман кызы.** Доктор философии, научный сотрудник Института Философии, Социологии и Права при Национальной Академии Наук Азербайджана, г.Баку.

**Агманова Атиркуль Егембердиевна.** Доктор филологических наук, профессор кафедры теоретической и прикладной лингвистики Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева (Республика Казахстан, г. Астана).

**Азизова Насиба Бахритдиновна.** Доктор философии по философским наукам, доцент, декан факультета Международных образовательных программ, Каршинский государственный университет (Узбекистан).

**Александрова Елена Геннадьевна.** Доктор филологических наук, преподаватель-методист Омского учебного центра ФПС.

**Ахмедова Разият Абдуллаевна.** Доктор филологических наук, профессор кафедры литературы народов Дагестана Дагестанского государственного университета.

**Барбанов Родион Евгеньевич.** Доктор философии психологии (PhD), доцент, с.н.с., преподаватель кафедры психологии и педагогики МАСИ, руководитель Лаборатории экопсихологии ИПИИЮ.

**Беззубко Лариса Владимировна.** Доктор наук по государственному управлению, кандидат экономических наук, профессор, Донбасская национальная академия строительства и архитектуры.

**Бежанидзе Ирина Зурабовна.** Доктор химических наук, профессор департамента химии Батумского Государственного университета им. Шота Руставели.

**Бублик Николай Александрович.** Доктор сельскохозяйственных наук, профессор, Институт садоводства Национальной академии аграрных наук Украины, г. Киев.

**Галкин Александр Федорович.** Доктор технических наук, старший научный сотрудник, профессор Национального минерально-сырьевого университета "Горный", г. Санкт-Петербург.

**Гафурова Дилфуза Анваровна.** Доктор химических наук, доцент, заведующая кафедрой, Национальный Университет Узбекистана.

**Головина Татьяна Александровна.** Доктор экономических наук, доцент кафедры "Экономика и менеджмент", ФГБОУ ВПО "Государственный университет - учебно-научно-производственный комплекс" г. Орел. Россия.

**Громов Владимир Геннадьевич.** Доктор юридических наук, профессор кафедры уголовного, экологического права и криминологии ФГБОУ ВО "Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского".

**Грошева Надежда Борисовна.** Доктор экономических наук, доцент, декан САФ БМБШ ИГУ.

**Дегтярь Андрей Олегович.** Доктор наук по государственному управлению, кандидат экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента и администрирования Харьковской государственной академии культуры.

**Еавстропов Владимир Михайлович.** Доктор медицинских наук, профессор кафедры безопасности технологических процессов и производств, Донской государственный технический университет.

**Жолдубаева Ажар Куанышбековна.** Доктор философских наук, профессор кафедры религиоведения и культурологии факультета философии и политологии Казахского Национального Университета имени аль-Фараби (Казахстан, Алматы).

**Жураев Даврон Аслонкулович.** Доктор философии по физико-математическим наукам, доцент, Высшее военное авиационное училище республики Узбекистан.

**Зейналов Гусейн Гардаш оглы.** Доктор философских наук, профессор кафедры философии ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный педагогический институт имени М.Е. Евсевьева».

**Зинченко Виктор Викторович.** Доктор философских наук, профессор, главный научный сотрудник Института высшего образования Национальной академии педагогических наук Украины; профессор Института общества Киевского университета имени Б. Гринченко; профессор, заведующий кафедрой менеджмента Украинского гуманитарного института; руководитель Международной лаборатории образовательных технологий Центра гуманитарного образования Национальной академии наук Украины. Действительный член The Philosophical Pedagogy Association. Действительный член Towarzystwa Pedagogiki Filozoficznej im. Bronisława F. Trentowskiego.

**Зяблова Ольга Александровна.** Доктор филологических наук, профессор Дипломатической академии МИД России.

**Идиатуллоев Азат Корбангалиевич.** Доктор исторических наук, профессор кафедры географии и экологии ФГБОУ ВО "УлГПУ им. И.Н. Ульянова".

**Калягин Алексей Николаевич.** Доктор медицинских наук, профессор. Заведующий кафедрой пропедевтики внутренних болезней ГБОУ ВПО "Иркутский государственный медицинский университет" Минздрава России, действительный член Академии энциклопедических наук, член-корреспондент Российской академии естествознания, Академии информатизации образования, Балтийской педагогической академии.

**Ковалева Светлана Викторовна.** Доктор философских наук, профессор кафедры истории и философии Костромского государственного технологического университета.

**Коваленко Елена Михайловна.** Доктор философских наук, профессор кафедры перевода и ИТЛ, Южный федеральный университет.

**Колесникова Галина Ивановна.** Доктор философских наук, доцент, член-корреспондент Российской академии естествознания, заслуженный деятель науки и образования, профессор кафедры Гуманитарных дисциплин Таганрожского института управления и экономики.

**Колесников Анатолий Сергеевич.** Доктор философских наук, профессор Института философии СПбГУ.

**Король Дмитрий Михайлович.** Доктор медицинских наук, профессор, заведующий кафедрой пропедевтики ортопедической стоматологии ВДНЗУ "Украинская медицинская стоматологическая академия".

**Кузьменко Игорь Николаевич.** Доктор философии в области математики и психологии. Генеральный директор ООО "РОСПРОРЫВ".

**Кучуков Магомед Мусаевич.** Доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой истории, философии и права Кабардино-Балкарского государственного аграрного университета им.В.М. Кокова.

**Лаверентьев Владимир Владимирович.** Доктор технических наук, доцент, академик РАЕ, МААНОИ, АПСН. Директор, заведующий кафедрой Горячеключевского филиала НОУ ВПО Московской академии предпринимательства при Правительстве Москвы.

**Лакота Елена Александровна.** Доктор сельскохозяйственных наук, ведущий научный сотрудник ФГБНУ "НИИСХ Юго-Востока", г. Саратов.

**Ланин Борис Александрович.** Доктор филологических наук, профессор, заведующий лабораторией ИСМО РАО.

**Лахтин Юрий Владимирович.** Доктор медицинских наук, доцент кафедры стоматологии и терапевтической стоматологии Харьковской медицинской академии последипломного образования.

**Лобанов Игорь Евгеньевич.** Доктор технических наук, ведущий научный сотрудник, Московский авиационный институт.

**Лучинкина Анжелика Ильинична.** Доктор психологических наук, зав. кафедрой психологии Республиканского высшего учебного заведения "Крымский инженерно-педагогический университет".

**Луценко Евгений Вениаминович.** Доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор кафедры компьютерных технологий и систем ФГБОУ ВО "Кубанский ГАУ им.И.Т.Трубилина", г. Краснодар.

**Манцава Майя Михайловна.** Доктор медицинских наук, профессор, президент Международного Общества Реологов.

**Марков Андрей Кириллович.** Доктор экономических наук, ВНИИ фитопатологии, руководитель направления.

**Маслихин Александр Витальевич.** Доктор философских наук, профессор. Правительство Республики Марий Эл.

**Мирзаев Номаз Мирзаевич.** Доктор технических наук, ведущий научный сотрудник Научно-инновационного центра информационно-коммуникационных технологий (НИЦ ИКТ) при Ташкентском университете информационных технологий им. Мухаммада Аль-Хоразмий.

**Можаев Евгений Евгеньевич.** Доктор экономических наук, профессор, директор по научным и образовательным программам Национального агентства по энергосбережению и возобновляемым источникам энергии.

**Моторина Валентина Григорьевна.** Доктор педагогических наук, профессор, зав. кафедрой математики Харьковского национального педагогического университета им. Г.С. Сковороды.

**Набиев Алпаша Алибек.** Доктор наук по геоинформатике, старший преподаватель, географический факультет, кафедра физической географии, Бакинский государственный университет.

**Надькин Тимофей Дмитриевич.** Профессор кафедры отечественной истории и этнологии ФГБОУ ВПО "Мордовский государственный педагогический институт имени М. Е. Евсевьева", доктор исторических наук, доцент (Республика Мордовия, г. Саранск).

**Наумов Владимир Аркадьевич.** Заведующий кафедрой водных ресурсов и водопользования Калининградского государственного технического университета, доктор технических наук, профессор, кандидат физико-математических наук, член Российской инженерной академии, Российской академии естественных наук.

**Огарок Андрей Леонтиевич.** Доктор технических наук, старший научный сотрудник, преподаватель РТУ МИРЭА - Российский технологический университет, преподаватель аспирантуры ФГАНУ "Центр информационных технологий и систем органов исполнительной власти (ЦИТиС)".

**Орехов Владимир Иванович.** Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики инноваций ООО "Центр помощи профессиональным организациям".

**Ощепкова Юлия Игоревна.** Доктор химических наук, заведующий лабораторией ХБиП Института биоорганической химии АН РУз.

**Пащенко Владимир Филимонович.** Доктор технических наук, профессор, кафедра "Оптимізація технологічних систем імені Т.П. Євсюкова", ХНТУСГ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МЕХАНОТРОНІКИ І СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ.

**Пелецкис Кястутис Чесловович.** Доктор социальных наук, профессор экономики Вильнюсского технического университета им. Гедиминаса.

**Петров Владислав Олегович.** Доктор искусствоведения, доцент ВАК, доцент кафедры теории и истории музыки Астраханской государственной консерватории, член-корреспондент РАЕ.

**Походенько-Чудакова Ирина Олеговна.** Доктор медицинских наук, профессор. Заведующий кафедрой хирургической стоматологии УО «Белорусский государственный медицинский университет».

**Предеус Наталия Владимировна.** Доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры Саратовского социально-экономического института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова.

**Пятаева Ольга Алексеевна.** Доктор экономических наук, доцент, заместитель директора Центра коммерциализации разработок и трансфера технологий, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики».

**Розыходжаева Гульнора Ахмедовна.** Доктор медицинских наук, руководитель клиничко-диагностического отдела Центральной клинической больницы №1 Медико-санитарного объединения; доцент кафедры ультразвуковой диагностики Ташкентского института повышения квалификации врачей; член Европейской ассоциации кардиоваскулярной профилактики и реабилитации (EACPR), Европейского общества радиологии (ESR), член Европейского общества атеросклероза (EAS), член рабочих групп атеросклероза и сосудистой биологии („Atherosclerosis and Vascular Biology“), периферического кровообращения („Peripheral Circulation“), электронной кардиологии (e-cardiology) и сердечной недостаточности Европейского общества кардиологии (ESC), Ассоциации «Российский доплеровский клуб», Deutsche HerzStiftung.

**Сорокопудов Владимир Николаевич.** Доктор сельскохозяйственных наук, профессор. ФГАОУ ВПО "Белгородский государственный национальный исследовательский университет".

**Супрун Элина Владиславовна.** Доктор медицинских наук, профессор кафедры общей фармации и безопасности лекарств Национального фармацевтического университета, г.Харьков, Украина.

**Терецкий Владислав Иванович.** Доктор юридических наук, профессор кафедры гражданского права и процесса Харьковского национального университета внутренних дел.

**Трошин Александр Сергеевич.** Доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента и внешнеэкономической деятельности, ФГБОУ ВО "Белгородский государственный технологический университет имени В.Г. Шухова".

**Феофанов Александр Николаевич.** Доктор технических наук, профессор, ФГБОУ ВПО МГТУ "СТАНКИН".

**Хамраева Сайёра Насимовна.** Доктор экономических наук, доцент кафедры экономика, Каршинский инженерно-экономический институт, Узбекистан.

**Худойкулов Тулкин Дустобоевич.** Доктор исторических наук, проректор по учебным делам, Шахрисабзский Государственный Педагогический Институт (Узбекистан).

**Чернова Ольга Анатольевна.** Доктор экономических наук, зав.кафедрой финансов и бухучета Южного федерального университета (филиал в г.Новошахтинске).

**Шедько Юрий Николаевич.** Доктор экономических наук, профессор кафедры государственного и муниципального управления Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

**Шелухин Николай Леонидович.** Доктор юридических наук, профессор, заведующий кафедрой права и публичного администрирования Мариупольского государственного университета, г. Мариуполь, Украина.

**Шихнебиев Даир Абдулкеримович.** Доктор медицинских наук, профессор кафедры госпитальной терапии №3 ГБОУ ВПО "Дагестанская государственная медицинская академия".

**Эшкурбонов Фуркат Бозорович.** Доктор химических наук, заведующий кафедрой Промышленных технологий Термезского государственного университета (Узбекистан).

**Яковенко Наталия Владимировна.** Доктор географических наук, профессор, профессор кафедры социально-экономической географии и регионоведения ФГБОУ ВПО "ВГУ".

**Абдуллаев Ахмед Маллаевич.** Кандидат физико-математических наук, профессор Ташкентского университета информационных технологий.

**Акпамбетова Камшат Макпалбаевна.** Кандидат географических наук, доцент Карагандинского государственного университета (Республика Казахстан).

**Ашмаров Игорь Анатольевич.** Кандидат экономических наук, доцент кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин, Воронежский государственный институт искусств, профессор РАЕ.

**Ашрапов Улугбек Товфикович.** Кандидат технических наук, старший научный сотрудник Института ядерной физики Академии наук Республики Узбекистан.

**Бай Татьяна Владимировна.** Кандидат педагогических наук, доцент ФГБОУ ВПО "Южно-Уральский государственный университет" (национальный исследовательский университет).

**Бектурова Жанат Базарбаевна.** Кандидат филологических наук, доцент Евразийского национального университета им. Л. Н. Гумилева (Республика Казахстан, г.Астана).

**Беляева Наталия Владимировна.** Кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, литературы и методики преподавания Школы педагогики Дальневосточного федерального университета.

**Бозоров Бахритдин Махаммадиевич.** Кандидат биологических наук, доцент, зав.кафедрой "Физиология, генетика и биохимии" Самаркандского государственного университета Узбекистан.

**Бойко Наталья Николаевна.** Кандидат юридических наук, доцент. Стерлитамакский филиал ФГБОУ ВПО "БашГУ".

**Боровой Евгений Михайлович.** Кандидат философских наук, доцент, Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики (г. Новосибирск).

**Васильев Денис Владимирович.** Кандидат биологических наук, профессор, ФГБНУ Всероссийский научно-исследовательский институт радиологии и агроэкологии (г. Обнинск).

**Вицентий Александр Владимирович.** Кандидат технических наук, научный сотрудник, доцент кафедры информационных систем и технологий, Институт информатики и математического моделирования технологических процессов Кольского НЦ РАН, Кольский филиал ПетрГУ.

**Гайдученко Юрий Сергеевич.** Кандидат ветеринарных наук, доцент кафедры анатомии, гистологии, физиологии и патологической анатомии ФГБОУ ВПО "Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина".

**Гресь Сергей Михайлович.** Кандидат исторических наук, доцент, Учреждение образования "Гродненский государственный медицинский университет", Республика Беларусь.

**Джумагалиева Куляш Валитхановна.** Кандидат исторических наук, доцент Казахской инженерно-технической академии, г.Астана, профессор Российской академии естествознания.

**Егорова Олеся Ивановна.** Кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры теории и практики перевода Сумского государственного университета (г. Сумы, Украина).

**Ермакова Елена Владимировна.** Кандидат педагогических наук, доцент, Ишимский государственный педагогический институт.

**Жерновникова Оксана Анатольевна.** Кандидат педагогических наук, доцент, Харьковский национальный педагогический университет имени Г.С. Сковороды.

**Жохова Елена Владимировна.** Кандидат фармацевтических наук, доцент кафедры фармакогнозии Государственного Бюджетного Образовательного Учреждения Высшего Профессионального Образования "Санкт-Петербургская государственная химико-фармацевтическая академия".

**Закирова Оксана Вячеславовна.** Кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и контрастивного языкознания Елабужского института Казанского (Приволжского) федерального университета.

**Ивашина Татьяна Михайловна.** Кандидат филологических наук, доцент кафедры германской филологии Киевского Международного университета (Киев, Украина).

**Искендерова Сабир Джафар кызы.** Кандидат философских наук, старший научный сотрудник Национальной Академии Наук Азербайджана, г. Баку. Институт Философии, Социологии и Права.

**Карякин Дмитрий Владимирович.** Кандидат технических наук, специальность 05.12.13 - системы, сети и устройства телекоммуникаций. Старший системный инженер компании Juniper Networks.

**Катков Юрий Николаевич.** Кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и налогообложения Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

**Кебалова Любовь Александровна.** Кандидат педагогических наук, старший преподаватель кафедры геоэкологии и устойчивого развития Северо-Осетинского государственного университета имени К.Л. Хетагурова (Владикавказ).

**Климук Владимир Владимирович.** Кандидат экономических наук, ассоциированный профессор Региональной Академии менеджмента. Начальник учебно-методического отдела, доцент кафедры экономики и организации производства, Учреждение образования "Барановичский государственный университет".

**Кобланов Жоламан Таубаевич.** Ассоциированный профессор, кандидат филологических наук. Профессор кафедры казахского языка и литературы Каспийского государственного университета технологии и инжиниринга имени Шахмардана Есенова.

**Ковбан Андрей Владимирович.** Кандидат юридических наук, доцент кафедры административного и уголовного права, Одесская национальная морская академия, Украина.

**Кольцова Ирина Владимировна.** Кандидат психологических наук, старший преподаватель кафедры психологии, ГБОУ ВО "Ставропольский государственный педагогический институт" (г. Ставрополь).

**Короткова Надежда Владимировна.** Кандидат педагогических наук, доцент кафедры русского языка ФГБОУ ВПО "Липецкий государственный педагогический институт".

**Кузнецова Ирина Павловна.** Кандидат социологических наук. Докторант Санкт-Петербургского Университета, социологического факультета, член Российского общества социологов - РОС, член Европейской Социологической Ассоциации -ESA.

**Кузьмина Татьяна Ивановна.** Кандидат психологических наук, доцент кафедры общей психологии ГБОУ ВПО "Московский городской психолого-педагогический университет", доцент кафедры специальной психологии и коррекционной педагогики НОУ ВПО "Московский психолого-социальный университет", член Международного общества по изучению развития поведения (ISSBD).

**Левкин Григорий Григорьевич.** Кандидат ветеринарных наук, доцент ФГБОУ ВПО "Омский государственный университет путей сообщения".

**Лушников Александр Александрович.** Кандидат исторических наук, член Международной Ассоциации славянских, восточноевропейских и евразийских исследований. Место работы: Центр технологического обучения г.Пензы, методист.

**Мелкадзе Нанули Самсоновна.** Кандидат филологических наук, доцент, преподаватель департамента славистики Кутаисского государственного университета.

**Назарова Ольга Петровна.** Кандидат технических наук, доцент кафедры Высшей математики и физики Таврического государственного агротехнологического университета (г. Мелитополь, Украина).

**Назмутдинов Ризабек Агзамович.** Кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии, Костанайский государственный педагогический институт.

**Насимов Мурат Орленбаевич.** Кандидат политических наук. Проректор по воспитательной работе и международным связям университета "Болашак".

**Непомнящая Наталья Васильевна.** Кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и статистики, Сибирский федеральный университет.

**Олейник Татьяна Алексеевна.** Кандидат педагогических наук, доцент, профессор кафедры ИТ Харьковского национального педагогического университета имени Г.С.Сковороды.

**Орехова Татьяна Романовна.** Кандидат экономических наук, заведующий кафедрой управления инновациями в реальном секторе экономики ООО "Центр помощи профессиональным организациям".

**Остапенко Ольга Валериевна.** Кандидат медицинских наук, старший преподаватель кафедры гистологии и эмбриологии Национального медицинского университета имени А.А. Богомольца (Киев, Украина).

**Поляков Евгений Михайлович.** Кандидат политических наук, преподаватель кафедры социологии и политологии ВГУ (Воронеж); Научный сотрудник (стажер-исследователь) Института перспективных гуманитарных исследований и технологий при МГГУ (Москва).

**Попова Юлия Михайловна.** Кандидат экономических наук, доцент кафедры международной экономики и маркетинга Полтавского национального технического университета им. Ю. Кондратюка.

**Рамзанов Сайгим Манапович.** Кандидат экономических наук, профессор, главный эксперт ОАО «РусГидро», ведущий научный сотрудник, член-корреспондент Российской академии естественных наук.

**Рибцун Юлия Валентиновна.** Кандидат педагогических наук, старший научный сотрудник лаборатории логопедии Института специальной педагогики Национальной академии педагогических наук Украины.

**Сазонов Сергей Юрьевич.** Кандидат технических наук, доцент кафедры Информационных систем и технологий ФГБОУ ВПО "Юго-Западный государственный университет".

**Саметова Фаузия Толеушайховна.** Кандидат филологических наук, профессор, проректор по воспитательной работе Академии Кайнар (Республика Казахстан, город Алматы).

**Сафронов Николай Степанович.** Кандидат экономических наук, действительный член РАЕН, заместитель Председателя отделения "Ресурсосбережение и возобновляемая энергетика". Генеральный директор Национального агентства по энергосбережению и возобновляемым источникам энергии, заместитель Председателя Подкомитета по энергоэффективности и возобновляемой энергетике Комитета по энергетической политике и энергоэффективности Российского союза промышленников и предпринимателей, сопредседатель Международной конфедерации неправительственных организаций с области ресурсосбережения, возобновляемой энергетике и устойчивого развития, ведущий научный сотрудник.

**Середа Евгения Витальевна.** Кандидат филологических наук, старший преподаватель Военной Академии МО РФ.

**Слизкова Елена Владимировна.** Кандидат педагогических наук, доцент кафедры социальной педагогики и педагогики детства ФГБОУ ВПО "Ишимский государственный педагогический институт им. П.П. Ершова".

**Смирнова Юлия Георгиевна.** Кандидат педагогических наук, ассоциированный профессор (доцент) Алматинского университета энергетики и связи.

**Франчук Татьяна Иосифовна.** Кандидат педагогических наук, доцент, Каменец-Подольский национальный университет имени Ивана Огиенка.

**Церцвадзе Мзия Гилаевна.** Кандидат филологических наук, профессор, Государственный университет им. А. Церетели (Грузия, Кутаиси).

**Чернышова Эльвира Петровна.** Кандидат философских наук, доцент кафедры искусствоведения и педагогики искусства института художественного образования, ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена», г. Санкт-Петербург.

**Шамутдинов Айдар Харисович.** Кандидат технических наук, доцент кафедры Омского автобронетанкового инженерного института.

**Шангина Елена Игоревна.** Кандидат технических наук, доктор педагогических наук, профессор, Зав. кафедрой Уральского государственного горного университета.

**Шапауов Алиби Кабыкенович.** Кандидат филологических наук, профессор. Казахстан. г.Кокшетау. Кокшетауский государственный университет имени Ш. Уалиханова.

**Шаргородская Наталья Леонидовна.** Кандидат наук по госуправлению, помощник заместителя председателя Одесского областного совета.

**Шафиров Валерий Геннадьевич.** Кандидат юридических наук, профессор кафедры Аграрных отношений и кадрового обеспечения АПК, Врио ректора ФГБОУ ДПО «Российская академия кадрового обеспечения агропромышленного комплекса».

**Шошин Сергей Владимирович.** Кандидат юридических наук, доцент кафедры уголовного, экологического права и криминологии юридического факультета Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского».

**Яковлев Владимир Вячеславович.** Кандидат педагогических наук, профессор Российской Академии Естествознания, почетный доктор наук (DOCTOR OF SCIENCE, HONORIS CAUSA).

# МАРКЕТИНГ

## ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ СРОЧНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ И ВИЗУАЛЬНЫХ СЧЁТЧИКОВ ВРЕМЕНИ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ВЫБОРЕ ТОВАРА

**Бартош Софья Константиновна**  
Полесский государственный университет  
студент

**Веремейчик П.А., студент. Научный руководитель: Вакулич Н. В., старший преподаватель кафедры маркетинга и международного менеджмента, УО «Полесский государственный университет»**

**Ключевые слова:** срочные предложения; визуальные счётчики времени; таймер обратного отсчёта; психология потребителя; эффект дефицита; упущенная выгода; принятие решений; поведение потребителей; ограничение по времени; когнитивная нагрузка

**Keywords:** flash offers; visual timers; countdown timers; consumer psychology; scarcity effect; opportunity cost; decision making; consumer behavior; time constraints; cognitive load

**Аннотация:** Статья посвящена исследованию психологического воздействия маркетинговых приёмов срочности - ограниченных по времени предложений и визуальных счётчиков обратного отсчёта - на поведение потребителей в процессе выбора товаров в офлайн-среде. Рассматриваются ключевые психологические механизмы, лежащие в основе эффекта срочности. В аналитической части систематизированы данные эмпирических исследований и опросов, демонстрирующие количественное влияние факторов времени на потребительские решения. Представлены графические интерпретации результатов. Сформулированы выводы о степени влияния срочных предложений и счётчиков времени на рациональность выбора, обозначены положительные и отрицательные стороны применения данных инструментов, а также предложены рекомендации по их использованию.

**Abstract:** This article examines the psychological impact of urgency marketing techniques - limited-time offers and visual countdown timers - on consumer behavior during offline product selection. The key psychological mechanisms underlying the urgency effect are examined. The analytical section systematizes data from empirical studies and surveys demonstrating the quantitative influence of time factors on consumer decisions. Graphical interpretations of the results are presented. Conclusions are drawn regarding the degree of influence of time-sensitive offers and countdown timers on consumer choice rationality, the positive and negative aspects of using these tools are outlined, and recommendations for their use are offered.

## УДК 366.12

**Введение.** В современной розничной торговле, как в офлайн-, так и в онлайн-среде, маркетинговые коммуникации всё чаще апеллируют к психологическим триггерам, побуждающим потребителя к быстрому принятию решения о покупке. Одними из наиболее распространённых и действенных инструментов такого воздействия выступают срочные предложения (ограниченные по времени акции) и визуальные счётчики времени (таймеры обратного отсчёта). Несмотря на то, что данные приёмы традиционно ассоциируются с электронной коммерцией, их применение в классическом ритейле - через наружную рекламу, ценники в торговых залах, объявления по внутримагазинному радио, печатные каталоги с указанием срока действия специальной цены - также широко распространено и заслуживает самостоятельного анализа.

**Актуальность.** В условиях высокой конкурентности розничного рынка и информационной перегрузки потребителей возрастает значимость инструментов, позволяющих сократить время принятия решения и стимулировать импульсные покупки. При этом недостаточно изученным остаётся вопрос о том, как именно визуальные индикаторы времени и срочные предложения влияют на когнитивные процессы и эмоциональное состояние покупателя в офлайн-среде, где отсутствует автоматизированная цифровая среда, характерная для интернет-магазинов. Понимание данных механизмов необходимо как для повышения эффективности маркетинговых коммуникаций, так и для защиты потребителей от манипулятивных практик.

**Целью исследования** является раскрыть психологические механизмы воздействия срочных предложений и счётчиков времени на процесс выбора товара и потребителем и его поведение в офлайн-среде, систематизировать результаты эмпирических исследований и опросов, а также оценить эффективность и возможные негативные последствия применения данных инструментов.

### Задачи:

1. Раскрыть теоретические основы психологического воздействия срочности и визуальных счётчиков времени на принятие потребительских решений.
2. Систематизировать ключевые факторы, определяющие степень влияния ограничений по времени на поведение покупателей.
3. Обобщить данные эмпирических исследований и опросов, представленных в открытых источниках.
4. Представить графическую интерпретацию влияния временных ограничений на показатели потребительской активности.
5. Сформулировать выводы и рекомендации по использованию инструментов срочности в маркетинговой деятельности.

**Научная новизна** исследования заключается в установлении доминирующей роли ограниченных по времени предложений над прямыми ценовыми стимулами в офлайн-торговле.

**Основной текст.** В системе маркетинговых коммуникаций, ориентированных на стимулирование потребительской активности, особое место занимают срочные предложения - форма коммерческого сообщения, указывающая на ограниченный

временной интервал, в течение которого действуют специальные условия приобретения товара (скидка, подарок, дополнительный объем продукции). Принципиальная особенность подобных предложений состоит в сознательном конструировании дефицита времени как самостоятельного фактора, влияющего на процесс принятия решения о покупке. Высокая психологическая результативность данного инструмента объясняется его способностью задействовать ряд фундаментальных когнитивных и эмоциональных механизмов, подробно исследованных в научной литературе по поведенческой экономике, психологии потребителя и нейромаркетингу [1].

Для специалистов в области розничного маркетинга арсенал инструментов взаимодействия на потребителя представляет собой оперативно доступный, малозатратный и легко встраиваемый в существующие коммуникации способ точечного воздействия на потребительскую активность. Возможность точного измерения отклика через кассовую динамику, отсутствие необходимости в дорогостоящей инфраструктуре, универсальность применения вне зависимости от товарной категории и способность обеспечить быстрый краткосрочный рост продаж объективно делают срочные предложения и визуальные счётчики привлекательным компонентом тактического маркетингового плана.

Однако системное применение временных триггеров сопряжено с рядом рисков, которые способны нивелировать краткосрочные выигрыши. Отмеченный в академической литературе и подтверждённый полевыми наблюдениями феномен «усталости от срочности» ведёт к прогрессирующему снижению чувствительности аудитории, вынуждая маркетологов прибегать ко всё более агрессивным форматам и сокращать временные окна, что в конечном счёте истощает коммуникативный ресурс. Распространённая практика необоснованного продления акций или использования таймеров, не соответствующих реальному сроку, формирует у потребителей устойчивый цинизм и недоверие не только к конкретному инструменту, но и к бренду в целом, что особенно критично в офлайн-ритейле с его ориентацией на повторные контакты и локальную репутацию. Дополнительные издержки порождаются ростом доли импульсных покупок с последующим возвратом товара, а также нарастающим общественным запросом на этичность маркетинговых коммуникаций, что усиливает внимание регуляторов и организаций по защите прав потребителей к манипулятивным приёмам.

Рассматриваемые ниже механизмы действуют не изолированно, а в тесном взаимодействии, усиливая совокупный эффект временного давления и формируя устойчивую мотивацию к незамедлительному совершению покупки.

Одним из базовых объяснений действенности срочных предложений выступает эффект дефицита, коренящийся в теории реактивного сопротивления, разработанной Дж. Бремом. Согласно данной теории, индивиды склонны воспринимать ограниченно доступные блага как субъективно более ценные и привлекательные. Применительно к анализируемой ситуации потребитель, сталкиваясь с информацией о том, что возможность приобретения товара на особых условиях лимитирована во времени, неосознанно приписывает этому товару повышенную значимость. Субъективная ценность продукта возрастает даже при полном сохранении его объективных потребительских свойств и функциональных характеристик. Многочисленные экспериментальные исследования в области поведенческой экономики подтверждают, что временные ограничения способны

увеличивать воспринимаемую привлекательность предложения, причём сила эффекта дефицита не всегда пропорциональна реальной величине выгоды [3]. Иными словами, сам факт существования лимита времени способен стимулировать покупку в не меньшей степени, чем размер предлагаемой скидки.

Существенный вклад в понимание воздействия срочных предложений вносит концепция неприятия потери, сформулированная Д. Канеманом и А. Тверски в рамках теории перспектив. Ключевой постулат данной теории гласит, что психологическая «боль» от потери ощущается индивидом приблизительно в два раза интенсивнее, чем удовольствие от эквивалентного по величине выигрыша. Срочное предложение целенаправленно активирует этот механизм: истечение срока действия акции начинает восприниматься потребителем как потенциальная потеря - утрата возможности сэкономить, получить дополнительную выгоду или приобрести товар на более выгодных условиях. Возникающий страх упустить выгодную сделку, как правило, перевешивает рациональные соображения о действительной необходимости данного товара в текущий момент, что существенно снижает порог принятия положительного решения о покупке [1].

Особого внимания заслуживает синдром упущенной выгоды, обозначаемый в англоязычной литературе аббревиатурой FOMO. Данный феномен представляет собой устойчивое эмоциональное состояние тревоги, сопряжённое с опасением пропустить значимое событие или выгодную возможность, доступную другим. Маркетинговые предложения, ограниченные по сроку действия, сознательно эксплуатируют указанный синдром, формируя у потребителя иррациональное ощущение, что отказ от немедленной покупки неминуемо приведёт к невозполнимой утрате. По имеющимся эмпирическим данным, страх упущенной выгоды регулярно испытывают до 56% активных пользователей социальных сетей, причём в 39% случаев он сопровождается выраженным чувством зависти - одним из наиболее мощных мотиваторов потребительской активности в условиях социального сравнения. Среди жителей крупных городов распространённость синдрома ещё выше: около 14,8% респондентов отмечают, что испытывают это чувство постоянно, а 55,4% - время от времени [2].

Помимо описанных выше мотивационных механизмов, временные ограничения оказывают прямое воздействие на когнитивные процессы, сопровождающие выбор товара. Ограничение времени на принятие решения закономерно увеличивает когнитивную нагрузку, вынуждая мозг снижать порог объёма информации, необходимой для формирования окончательного суждения, и действовать быстрее, опираясь на меньшее количество доказательств и аналитических выкладок. Параллельно с этим временное давление закономерно повышает уровень эмоционального возбуждения, что в свою очередь ослабляет способность к обдуманному, рациональному анализу альтернатив и увеличивает склонность к импульсивным покупкам. Экспериментально установлено, что в условиях дефицита времени потребители чаще полагаются на интуитивные эвристики, эмоциональные оценки и визуальные стимулы, игнорируя детальную текстовую информацию о характеристиках продукта, его составе или условиях послепродажного обслуживания [5].

Визуальный счётчик времени (таймер обратного отсчёта) представляет собой специализированный графический элемент, наглядно отображающий оставшееся время до истечения срока действия предложения. В офлайн-среде аналогами

цифровых таймеров выступают механические или электронные табло с обратным отсчётом, размещаемые непосредственно в торговых залах, различного рода указатели формата «акция действует до...», а также перечёркнутые календарные даты на ценниках и рекламных плакатах [4]. Несмотря на разнообразие форм исполнения, психологическая функция визуального счётчика остаётся неизменной: он переводит абстрактное понятие «ограниченное время» в конкретную, чувственно воспринимаемую форму убегающих секунд и минут, создавая эффект наглядной неотвратимости завершения льготного периода [3].

Психологическое воздействие визуального счётчика базируется на нескольких самостоятельных механизмах. Прежде всего, он материализует временной лимит, превращая его из отвлечённого условия в непосредственно наблюдаемый процесс, что усиливает ощущение срочности и подстёгивает к немедленному действию. Наконец, счётчик выполняет функцию «визуального якоря», непрерывно напоминая о приближающемся дедлайне и не позволяя потребителю отвлечься от обдумывания решения о покупке, переключившись на иные стимулы [9].

Количественные оценки результативности визуальных счётчиков подтверждают их высокую практическую значимость. Согласно имеющимся данным, корректное использование таймеров обратного отсчёта в маркетинговых кампаниях способно увеличивать конверсию - долю посетителей, совершивших покупку, - на 9-14%. Отдельные эксперименты фиксируют рост конверсии до 27% после внедрения таймеров на целевых посадочных страницах. Систематическое применение данного инструмента позволяет компаниям достигать увеличения коэффициента конверсии на 20–30% в зависимости от длительности акции, расположения таймера и степени его визуальной заметности [6, 7].

Эффективность срочных предложений и визуальных счётчиков времени не является универсальной константой: сила их воздействия на потребительский выбор варьируется в широких пределах и находится в зависимости от комплекса взаимосвязанных факторов. Для систематизации указанных факторов представляется целесообразным объединить их в несколько групп, охватывающих индивидуальные характеристики потребителя, свойства приобретаемого товара, конкретные параметры маркетингового предложения, а также особенности контекста и среды, в которой осуществляется покупка [3]. Ниже рассматриваются ключевые составляющие каждой из групп и характер оказываемого ими влияния.

**Таблица 1. Факторы, влияющие на эффективность срочных предложений и счётчиков времени**

Группа факторов	Конкретные факторы	Характер влияния
Индивидуальные характеристики потребителя	Уровень импульсивности; возраст; пол	Потребители с высоким уровнем импульсивности более подвержены влиянию срочности. Мужчины в среднем более чувствительны к ограничениям по времени (28% против 27% в среднем по выборке)
Характеристики товара	Категория товара; цена; субъективная значимость	Срочность более эффективна для товаров импульсного спроса и средней ценовой категории. Высококалорийные продукты более привлекательны в условиях дефицита времени
Параметры предложения	Величина скидки; длительность акции; достоверность ограничения	Краткосрочные акции (до 24 часов) эффективнее длительных. Подлинность ограничения существенно влияет на доверие и повторные покупки
Контекст и среда	Тип торговой точки; информационная насыщенность; наличие альтернатив	В условиях высокой конкуренции и информационного шума эффективность временных ограничений возрастает

Примечание: Источник [8].

Эффективность срочных предложений и визуальных счётчиков времени определяется сложным взаимодействием факторов, относящихся к самому потребителю, характеристикам товара, параметрам предложения и контексту потребления. Учёт данных факторов на этапе планирования маркетинговых акций позволяет повысить их результативность и избежать неоправданного снижения потребительского доверия.

Рассмотренные выше психологические механизмы и факторы, определяющие эффективность срочных предложений, находят своё практическое воплощение в конкретных инструментах активации потребительского поведения.

Данные инструменты представляют собой формализованные маркетинговые приёмы, целенаправленно создающие или усиливающие ощущение временного дефицита и побуждающие покупателя к ускоренному принятию решения. В офлайн-рознице арсенал таких инструментов достаточно широк и включает как прямые указания на ограниченный срок действия предложения, так и более сложные комбинации временных и ценовых стимулов. Их объединяет общая цель - сокращение продолжительности потребительского цикла и стимулирование незамедлительной покупки.

В таблице 2 систематизированы ключевые инструменты активации потребительского поведения в разрезе временных ограничений с указанием их содержания, механизма воздействия и типичных примеров реализации в офлайн-среде.

**Таблица 2. Инструменты активации потребительского поведения в разрезе временных ограничений**

Инструмент	Описание и механизм воздействия	Пример реализации в офлайн-торговле
Ограниченный срок действия акции	Прямое указание конкретной даты или периода, до которого действуют специальные условия. Активирует эффект дефицита и неприятие потери	Ценники с пометкой «Акция действует до 15.05»; перечёркнутые календарные даты на плакатах
Визуальный счётчик обратного отсчёта	Графический или механический элемент, отображающий оставшееся время в виде убегающих секунд, минут или дней. Усиливает ощущение срочности через визуализацию дедлайна	Электронные табло в торговом зале с обратным отсчётом до конца распродажи; механические флип-часы на промо-стойках
Флеш-распродажа (прямая скидка на ограниченное время)	Краткосрочное предложение с фиксированной или прогрессивной скидкой, действующее в течение нескольких часов или одного дня. Сочетает временной дефицит с ценовым стимулом	Объявления по радио: «Только с 18:00 до 21:00 скидка 30% на весь ассортимент»; ценники с пометкой «Цена дня»
*Акции (например, на автомобили - ограниченные по времени предложения с фиксированной скидкой, особыми условиями кредитования, трейд-ин или расширенной гарантией)	Психологическое воздействие основано на эффекте дефицита и страхе упустить уникальную выгоду при крупной покупке. Высокая вовлечённость и длительность принятия решения усиливают влияние временного ограничения. Практическая выгода для покупателя: реальная экономия, льготный процент, повышенная стоимость трейд-ин	Ценники на авто в салоне с пометкой «Скидка 200 000 руб. до 30 июня»; табло обратного отсчёта до конца акции; объявления о лимитированной серии; временное предложение «0% на кредит при покупке до конца месяца»
Ограниченный по времени подарок к покупке	Предоставление дополнительного товара, образца или сувенира при совершении покупки в строго заданный временной интервал. Эксплуатирует страх упустить материальную выгоду	«Купи в ближайшие 2 часа — получи второй товар бесплатно»; «При покупке до 12:00 — фирменный шоппер в подарок»
Временные бонусные баллы и повышенный кэшбек	Начисление удвоенных иликратно увеличенных баллов лояльности, а также повышенного процента возврата средств при оплате в ограниченный период. Стимулирует через восприятие дополнительной выгоды, доступной лишь сейчас	«Только по субботам — двойной кэшбек на карту лояльности»; «Успейте до 30 апреля: +500 бонусных баллов за каждую покупку»
Бесплатная доставка в заданный временной промежуток	Освобождение от платы за транспортировку товара при оформлении покупки в	«Бесплатная доставка при заказе сегодня до 18:00»; «С 10:00 до 14:00 —

	обозначенные часы или дни. Усиливает привлекательность предложения для покупателей, чувствительных к дополнительным расходам	доставка за наш счёт»
Расширенная гарантия на ограниченный период	Предложение увеличенного срока гарантийного обслуживания или дополнительных сервисных привилегий исключительно при покупке в рамках временной акции. Ориентировано на прагматичных потребителей, ценящих долгосрочную защищённость	«Купи до конца месяца — гарантия 3 года вместо 1»; «Только в дни открытия — расширенный сервисный пакет в подарок»
Сезонные и календарные привязки	Приурочивание акции к конкретному событию или праздничной дате, после которой предложение прекращается. Использует естественный временной рубеж как ограничитель	«Новогодняя распродажа: цены снижены до 31 декабря»; «Чёрная пятница — только 3 дня»
Ограниченная партия с временным лимитом	Комбинация двух видов дефицита — временного и количественного. Усиливает эффект за счёт двойного ограничения	«Лимитированная серия — продажи до 30 июня»; «Коллекция весна-лето: ограниченный тираж, успевай до конца месяца»

Примечание: Источник [10].

Для количественной оценки сравнительной эффективности рассмотренных инструментов активации потребительского поведения авторами был проведён опрос экспертов в области маркетинга и розничной торговли. В опросе приняли участие 50 респондентов, представляющих управленческий и аналитический персонал торговых предприятий различного профиля. Экспертам предлагалось выбрать один инструмент, который, по их профессиональному мнению, оказывает наиболее выраженное стимулирующее воздействие на ускорение принятия решения о покупке в офлайн-среде. Полученные результаты, представленные на графике, позволяют ранжировать инструменты по степени их воспринимаемой эффективности.



**Рисунок 1 - Результаты опроса экспертов об эффективности инструментов активации потребительского поведения**

Результаты экспертного опроса, визуализированные на рисунке 1, фиксируют чётко выраженную иерархию инструментов активации потребительского поведения. Лидирующие позиции принадлежат приёмам, непосредственно сигнализирующим о временном дефиците: ограниченный срок действия акции (27%), визуальный счётчик обратного отсчёта (19%) и флеш-распродажа (17%) - в совокупности эти три инструмента аккумулируют 63% голосов респондентов. Данное распределение свидетельствует о том, что экспертное сообщество рассматривает прямую визуализацию и вербальную фиксацию истекающего времени как наиболее надёжный способ ускорения покупательского решения.

Среднюю группу образуют инструменты, сочетающие временные ограничения с дополнительной материальной выгодой: бонусные баллы и повышенный кэшбек (12%), подарок к покупке (10%), а также бесплатная доставка в заданный интервал (7%). Их относительно умеренные показатели объясняются тем, что временной фактор выступает здесь не самостоятельным, а вспомогательным стимулом, усиливающим привлекательность основного предложения.

Замыкают рейтинг расширенная гарантия на ограниченный период (5%), сезонные и календарные привязки (2%), а также ограниченная партия с временным лимитом (1%). Низкая доля голосов в пользу этих инструментов может интерпретироваться как следствие их ориентации на долгосрочную ценность (гарантия) либо избыточной когнитивной сложности комбинированного дефицита, снижающей скорость восприятия в офлайн-среде.

**Вывод.** Проведённое исследование позволяет сформулировать ряд обобщающих положений, значимых как для академической дискуссии, так и для прикладной маркетинговой практики.

Установлено, что ключевыми элементами поведенческой реакции на ограниченные по времени предложения выступают взаимосвязанные феномены дефицита, неприятия потери и синдрома упущенной выгоды, которые при визуальном подкреплении счётчиками обратного отсчёта трансформируют абстрактный лимит в непосредственно переживаемое давление.

Экспертный опрос зафиксировал выраженное доминирование прямой фиксации срока действия акции (27% голосов) в сравнении с комбинированными и дополнительными стимулами, что подтверждает приоритет наглядной и однозначной сигнализации дедлайна для ускорения принятия покупательского решения.

**Мероприятия по совершенствованию.** Исходя из выявленных ограничений, целесообразно реализовать комплекс мер, нацеленных на долгосрочную устойчивость практики временных предложений.

Прежде всего, маркетологам рекомендуется перейти от интуитивного использования таймеров к сегментированному подходу, основанному на данных CRM: частота и интенсивность срочных стимулов должны варьироваться в зависимости от индивидуальной «чувствительности к дефициту» конкретного покупателя или его сегмента, что позволит минимизировать привыкание.

Во-вторых, необходимо дополнить визуальную сигнализацию срока элементами прозрачного информирования - например, публиковать на сайте и в торговом зале календарный график будущих акций, позволяющий потребителю рационально планировать приобретения и снижающий восприятие манипулятивности.

В-третьих, на отраслевом уровне назрела потребность в разработке добровольного кодекса или стандарта добросовестного применения временных ограничений, который бы фиксировал обязательство не использовать заведомо ложные таймеры и гарантировал соответствие отображаемого обратного отсчёта реальному сроку завершения акции.

Наконец, в программы обучения и повышения квалификации маркетингового персонала розничных сетей целесообразно интегрировать модули по этике поведенческого воздействия, что будет способствовать формированию культуры ответственного использования психологических триггеров и снижению репутационных рисков.

Баланс между коммерческой эффективностью и потребительским доверием может быть достигнут не через отказ от инструментов срочности, а через их встраивание в систему доказательного и этичного маркетинга, где временной дефицит служит не инструментом раздражения, а элементом сервиса, помогающим потребителю своевременно воспользоваться реально ограниченной выгодой.

#### **Литература:**

1. RB.RU. Как привлекать покупателей с помощью дефицита времени. - Режим доступа: <https://rb.ru/stories/time-shortage/> (дата обращения: 22.04.2026).
2. Sostav.ru. Рекламные акции с ограничением по времени стали главным драйвером покупок - Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/aktsii-s-ogranicheniem-po-vremeni-ostayutsya-glavnyim-drajverom-pokupok-u-rossiyan-82668.html> (дата обращения: 22.04.2026).

3. Robokassa. Что может подтолкнуть к покупке: исследование о брошенных корзинах и силе ограниченных акций. - Режим доступа: <https://robokassa.com/blog/news/что-может-подтолкнуть-к-покупке-исследование-о-брошенных-корзинах/> (дата обращения: 25.04.2026).
4. Sky.pro. Таймер обратного отсчета: психология срочности и эффективность. - Режим доступа: <https://sky.pro/wiki/javascript/kak-zapustit-obratnyj-otschet/> (дата обращения: 24.04.2026).
5. Tsn.ua. Влияние «Черной пятницы» на поведение потребителя – Режим доступа: [https://tsn.ua/ru/nauka\\_it/что-черная-пятница-делаet-s-nashim-mozgom-otvet-uchenyh-vas-udivit-2235807.html](https://tsn.ua/ru/nauka_it/что-черная-пятница-делаet-s-nashim-mozgom-otvet-uchenyh-vas-udivit-2235807.html) (дата обращения: 28.04.2026).
6. Onlinecompany. Таймер в маркетинге: что это и как его использовать для увеличения продаж. - Режим доступа: <https://media.onlinecompany.ru/timer-v-marketinge/> (дата обращения: 28.04.2026).
7. Sky.pro. Психология обратного отсчета: как таймеры влияют на поведение людей. - Режим доступа: <https://sky.pro/wiki/lifestyle/obratnyj-otschet-do-sobytiya-zachem-eto-nuzhno/> (дата обращения: 28.04.2026).
8. Cossa.ru. Психология дефицита: как ограниченные сроки влияют на конверсию в розничной торговле – Режим доступа: <https://www.cossa.ru/trends/345678/> (дата обращения: 28.04.2026).
9. Retail.ru. Таймер обратного отсчёта в магазине: результаты полевого эксперимента – Режим доступа: <https://www.retail.ru/articles/tajmer-obratnogo-otscheta-v-magazine/> (дата обращения: 28.04.2026).
10. CyberLeninka. Анализ поведенческих реакций потребителей на временные ограничения в офлайн-ритейле – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-povedencheskih-reaktsiy-potrebiteley-na-vremennye-ogranicheniya-v-oflayn-riteyle> (дата обращения: 28.04.2026).