

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



27
2023
ЧАСТЬ I

16+

СОДЕРЖАНИЕ

МАТЕМАТИКА

- Алламурадова М. К., Гулмурадова М. А.**
Алгебраические уравнения и их решения 1
- Алламурадова М. К.**
Применение алгебры в криптографии 4
- Сатниязова Э. К., Боранбаев О. Б.,
Убайдуллаева Д. К., Каландаров Т. С.**
Теорема Безу при решении задач 5
- Сатниязова Э. К., Боранбаев О. Б.,
Убайдуллаева Д. К., Онгарбаев Р. О.**
Приведение дифференциальных уравнений
в частных производных с постоянными
коэффициентами к каноническому виду 8

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

- Алламурадова М. К., Бердымурадова Д. А.**
Основные принципы работы
компьютерных сетей 12
- Шаталин Д. О., Черепанов Р. Е.**
Метод предсказания возникновения дефектов
выявлением периодичности 13

ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

- Azizov K. K., Sadikov I. S., Urokov A. K.,
Khudaybergenov S. K.**
General technical conditions of road signs
used in Uzbekistan 17
- Urokov A. K., Narmanov A. Q., Mamatkulov M. T.**
The level of study of the factors causing wheel
track deformations and cracks in asphalt concrete
coatings 26
- Федоров И. П.**
Анализ метода пултрузии для получения
стеклопластика и особенности процесса 29

АРХИТЕКТУРА, ДИЗАЙН И СТРОИТЕЛЬСТВО

- Абросимов М. К.**
Исследование актуальных методов
и инструментов продвижения объектов
жилой недвижимости Владивостока
в 2022–2023 годах 33
- Трофимов Д. П.**
Возможности графического анализа
исполнительных схем свайного основания
в MS Excel 36

МЕДИЦИНА

- Атаева Я. В., Дзапарова А. А.**
Эффективность применения системных
ретиноидов в лечении акне 39
- Атаева Я. В., Дзапарова А. А.**
Своевременная диагностика и профилактика
наследственных заболеваний 40
- Атаева Я. В., Дзапарова А. А.**
Синдром избыточного бактериального роста ... 42
- Атаева Я. В., Дзапарова А. А.**
Первичное бесплодие у женщин 44
- Булкин М. Д., Коновальцева Т. А.,
Трухмаева И. Е.**
Инфаркт миокарда: клиническое течение,
лечение 45
- Власенко П. С., Татонов Г. К.**
Язвенная болезнь: патогенез, клиника,
осложнения, диагностика, лечение 46
- Мишина Д. С.**
Обзор методов и средств физической
реабилитации лиц среднего возраста
с остеохондрозом пояснично-крестцового
отдела позвоночника 48

АРХИТЕКТУРА, ДИЗАЙН И СТРОИТЕЛЬСТВО

Исследование актуальных методов и инструментов продвижения объектов жилой недвижимости Владивостока в 2022–2023 годах

Абросимов Максим Константинович, студент

Научный руководитель: Фалько Людмила Юрьевна, кандидат технических наук, доцент
Владивостокский государственный университет

В статье автор исследует состояние строительного рынка Владивостока в 2022–2023 годах, а также актуальные для этого периода методы и инструменты продвижения недвижимости.

Ключевые слова: методы и инструменты продвижения, актуальные методы продвижения, продвижение объектов недвижимости, недвижимость, рынок недвижимости Владивостока.

Среди тенденций ушедшего 2022 года — повышение объемов строительства, повышение качества проектов и активное развитие пригородных территорий Владивостока. Меры поддержки на федеральном и государственном уровнях, по оценкам специалистов отрасли, оказались действительно результативными. Появился крепкий нормативно-технический фундамент для малоэтажного строительства. Рынок недвижимости Приморского края встретил ушедший 2022 год на этапе стремительно возросшего роста [1]. По данным Приморскстата, за три квартала сдано в эксплуатацию семь тысяч пятьсот семь квартир общей площадью шестьсот пятьдесят девять тысяч квадратных метров, на двадцать процентов больше, чем в январе и сентябре 2021 года [2].

Что касается Владивостока, в январе и октябре 2022 года объем строительных работ возрос вдвое по отношению к тому же периоду 2021 года. В то же время статистика имеет относительно нейтральный характер, как, например, в некоторых других субъектах России. Сейчас рынок недвижимости демонстрирует постепенную тенденцию к реабилитации, но всё еще имеет сильный разрыв от показателей 2019–2021 годов [3]. Рассмотрев состояние рынка г. Владивостока в 2022–2023 годах, перейдем к непосредственному исследованию актуальных методов продвижения недвижимости.

Все методы продвижения объекта застройки можно разделить на три больших группы: продвижение в сети Интернет, продвижение вне сети Интернет, и универсальные методы продвижения. Ниже рассмотрены методы и инструменты продвижения.

Таблица 1. Существующие методы и инструменты продвижения

<p>Продвижение в сети Интернет</p>	<p>Качественный сайт объекта недвижимости; Размещение рекламных блоков на Фарпост, Циан и похожих платформах; Контекстная реклама в сети Интернет; Публикация статей в интернет-изданиях; Рекламная рассылка (электронная почта, смс); Реклама в ГИС-системах.</p>
<p>Продвижение вне Интернета</p>	<p>Наружная реклама; Презентации на строительно-архитектурных выставках; Модульная реклама в печатных СМИ; Публикация статей в печатных СМИ; Имиджевая и подарочная продукция, связанная с проектом застройки</p>
<p>Универсальные методы</p>	<p>Брендинг и нейминг; Запуск рекламных роликов на ТВ, в кинотеатрах и социальных сетях; Реклама на радио; Запуск горячей линии.</p>

Чаще всего, одной компанией-застройщиком или агентством недвижимости применяются сразу несколько методов и инструментов, потому как в совокупности они имеют больший охват аудитории, чаще обращают на себя внимание потенциальных покупателей как в сети Интернет, так и за ее пределами. По наблюдению, чаще всего встречается следующая связка методов и инструментов продвижения.

Остальные же методы и инструменты продвижения либо применяются ситуативно, либо крайне редко. Некоторые методы и инструменты продвижения переживают этап вымирания, практически не используются и не имеют эффективной результативности в современном мире. Рассмотрим приведенные выше методы, которые, по наблюдению, чаще остальных применяются в наше время.

Для комплексного анализа методов и инструментов продвижения объекта застройки были выбраны следующие новые здания и жилые комплексы г. Владивостока и близлежащих населенных пунктов, рассмотрено наличие у данных проектов вышеперечисленных методов и инструментов продвижения. В качестве объектов исследования были выбраны десять новых зданий и жилых комплексов, а в качестве единиц измерения следующие: 1 — метод/инструмент используется в продвижении объекта, 0 — метод/инструмент не используется, либо используется опосредованно, либо частично. Данное сравнительное исследование позволило распределить

методы и инструменты продвижения по степени их применения, то есть насколько часто их используют и используют ли вовсе. Далее был произведен подсчет баллов и выведено средний арифметический показатель, который наглядно показывает применяемость, актуальность и востребованность тех или иных способов продвижения. Результаты представлены ниже.

Как видно из данной таблицы, наиболее часто применяемыми методами и инструментами продвижения объекта недвижимости являются контекстная и наружная реклама, размещение на платформах Фарпост, Циан и прочих, а также действующая горячая линия — именно эти меры и способы лежат в фундаменте успешного продвижения строительного проекта. Ниже представлена таблица, демонстрирующая самые актуальные способы продвижения и их рейтинг в общей системе.

В результате рейтингового распределения результатов предыдущего анализа удалось выделить пять самых популярных и, следовательно, актуальных методов продвижения. Актуальность их заключается в доверии застройщиков и агентств недвижимости к этим методам, а также опыт наблюдения: чаще всего именно эти методы и инструменты продвижения используются и являются заметными для потенциальной аудитории проекта. Они зарекомендовали себя временем, и, эффективно, являются наиболее выигрышными в конкурентной борьбе.

Таблица 2. Популярные методы и инструменты продвижения недвижимости

Методы и инструменты
Брендинг и нейминг
Качественный сайт объекта недвижимости
Контекстная реклама в сети Интернет
Размещение рекламных блоков на Фарпост, Циан и похожих платформах
Реклама в ГИС-системах
Наружная реклама
Презентация на строительно-архитектурных выставках
Реклама на радио
Запуск рекламных роликов на ТВ, в кинотеатрах и социальных сетях
Запуск горячей линии

Таблица 3. Расчет рейтингового веса методов и инструментов продвижения

Метод	Сумма показателей	Средний показатель
Брендинг и нейминг	7	0,7
Качественный сайт объекта недвижимости	9	0,9
Контекстная реклама в сети Интернет	10	1
Размещение рекламных блоков на Фарпост, Циан и похожих платформах	10	1
Реклама в ГИС-системах	2	0,2
Наружная реклама	10	1
Презентация на строительно-архитектурных выставках	3	0,3
Реклама на радио	2	0,2
Запуск рекламных роликов на ТВ, в кинотеатрах и социальных сетях	6	0,6
Запуск горячей линии	10	1

Таблица 4. Рейтинг актуальных инструментов и методов продвижения

Метод / инструмент продвижения	Средний балл	Место в рейтинге
Контекстная реклама в сети Интернет	1	1
Наружная реклама	1	2
Запуск горячей линии	1	3
Размещение рекламных блоков на Фарпост, Циан и похожих платформах	1	4
Качественный сайт объекта недвижимости	0,9	5
Брендинг и нейминг	0,7	6
Запуск рекламных роликов на ТВ, в кинотеатрах и социальных сетях	0,6	7
Презентация на строительно-архитектурных выставках	0,3	8
Реклама на радио	0,2	9
Реклама в ГИС-системах	0,2	10

Следующим шагом для объективизации полученных данных следует изучение мнения экспертов сферы недвижимости и жилого строительства Владивостока и Приморского края. Были исследованы информационные ресурсы, научно-популярные статьи и интервью с экспертами выбранной отрасли. Также выделено их мнение по поводу тенденций на рынке недвижимости и того, какие же методы наиболее популярны и актуальны в 2022–2023 годах. Результаты изучения мнения экспертов кратко изложены и представлены в сравнении с выведенным рейтингом методов продвижения ниже.

Из вышепредставленных данных был выведен объективный рейтинг актуальных методов и инструментов продвижения объектов недвижимости, представленный в таблице ниже. Он представляет из себя совмещенные ранее полученные данные и экспертную позицию, касающихся актуальных методов и инструментов продвижения недвижимости.

Собраны объективные данные, касающиеся актуальных методов продвижения объекта строительства в городе Владивостоке. Контекстная реклама в Интернете, наружная реклама, горячая линия, высококлассный сайт и размещение на Фарпост,

Циан и прочих сайтах — вот залог успешного продвижения строительного объекта.

В современную эпоху рынок недвижимости переживает объективный кризис. Внешнеполитические и экономические осложнения повлекли за собой кардинальный сбой во всех процессах отрасли. Несмотря на кризис, перебои с поставками техники и строительных материалов, в такой сложный временной период одним из самых главных условий успешной конкурентоспособности и реализации проекта все еще остался маркетинг, а именно продвижения строительного объекта.

Рассмотрены актуальные методы и инструменты маркетингового продвижения строительного объекта, выявлены самые популярные среди застройщиков и агентств недвижимости меры и способы продвижения. В действительности, данные методы являются достаточно общими и ранее используемыми, не изобретениями 2023 года, и все же стабильность их позитивной результативности говорит о том, что, несмотря на сложную ситуацию в стране и на рынке, продвижение остается залогом успешного существования строительного проекта и бизнеса.

Таблица 5. Соотношение полученных данных и экспертной позиции

Рейтинг раннего исследования	Балл	Экспертный рейтинг
Контекстная реклама в сети Интернет	1	Контекстная реклама в сети Интернет
Наружная реклама	1	Наружная реклама
Запуск горячей линии	1	Качественный сайт объекта недвижимости
Размещение рекламных блоков на Фарпост, Циан и похожих платформах	1	Запуск горячей линии
Качественный сайт объекта недвижимости	0,9	Брендинг и нейминг
Брендинг и нейминг	0,7	Размещение рекламных блоков на Фарпост, Циан и похожих платформах
Запуск рекламных роликов на ТВ, в кинотеатрах и социальных сетях	0,6	Реклама в ГИС-системах
Презентация на строительно-архитектурных выставках	0,3	Реклама на радио
Реклама на радио	0,2	Презентация на строительно-архитектурных выставках
Реклама в ГИС-системах	0,2	Запуск рекламных роликов на ТВ, в кинотеатрах и социальных сетях

Таблица 6. Итоговый рейтинг актуальных методов и инструментов продвижения

Метод / инструмент	Место в рейтинге
Контекстная реклама в сети Интернет	1
Наружная реклама	2
Запуск горячей линии	3
Качественный сайт объекта недвижимости	4
Размещение рекламных блоков на Фарпост, Циан и похожих платформах	5
Брендинг и нейминг	6
Запуск рекламных роликов на ТВ, в кинотеатрах и социальных сетях	7
Презентация на строительно-архитектурных выставках	8
Реклама на радио	9
Реклама в ГИС-системах	10

Литература:

1. Прогнозы развития рынка недвижимости на 2023 год.— Текст: электронный // Восток-Медиа: [сайт].— URL: <https://vostok-media.com/news/2023-02-02/vladivostokskaya-vtorichka-idyot-za-metry-novostroy-za-lapomoiku-2650396> (дата обращения: 06.07.2023).
2. Застройщики подводят итоги 2022.— Текст: электронный // PrimaMedia: [сайт].— URL: <https://primamedia.ru/news/1427653/> (дата обращения: 06.07.2023).
3. Рынок недвижимости Владивостока берет вектор в сторону повышения комфорта.— Текст: электронный // ВЛ Новости: [сайт].— URL: <https://www.news1.ru/vlad/2022/08/05/211200/> (дата обращения: 06.07.2023).

Возможности графического анализа исполнительных схем свайного основания в MS Excel

Трофимов Дмитрий Петрович, начальник группы
АО «Казанский Гипронииавиапром» имени Б. И. Тихомирова»

В статье рассмотрены возможности для графического анализа исполнительных схем устройства свайных оснований с помощью табличного редактора MS Excel или его аналогов.

Ключевые слова: оценка качества, анализ исполнительной документации, графический анализ, свайный фундамент, отклонения свай, табличный редактор, Excel.

Possibilities of graphical analysis of execution schemes of pile foundation in MS Excel

Trofimov Dmitry Petrovich, head of the group
JSC «Kazan Giproniiaviaprom» named after B. I. Tikhomirov»

The article discusses the possibilities for graphical analysis of the executive circuits of the pile foundations using the MS Excel tabular editor or its analogues.

Keywords: quality assessment, analysis of as-built documentation, graphical analysis, pile foundation, pile deviations, spreadsheet editor, Excel.

В ходе выполнения работ по устройству свайного основания, производителем работ ведется исполнительная документация, по итогам анализа которой делается вывод о полноте и качестве выполненных работ с последующим оформлением акта о скрытых работах.

Минимальный объем исполнительной документации представлен вертикальными и горизонтальными отклонениями верха свай от проектного положения, которые ограничиваются

требованиями [1, табл. 12.1]. Схема отклонений, как правило, представляет выкопировку из чертежей проекта с нанесенными на ней отклонениями верха свай в горизонтальной и вертикальной плоскости отклонений выполняется либо в графических программах, либо от руки.

В ходе анализа исполнительной документации, для каждой сваи производят сравнение её отклонений от проекта с предельно допустимыми значениями по [1, табл. 12.1]. В случае, если