

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт технологий (филиал) ДГТУ в г. Волгодонске

НАУЧНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ – БУДУЩЕМУ РОССИИ

Материалы Международной научно-практической конференции
(Волгодонск, 24 апреля 2020 года)

Ростов-на-Дону
ДГТУ
2020

УДК 33+001+37

ББК 65+72+74

НЗ4

Редакционная коллегия:

С.В. Волгина (председатель), А.А. Лысоченко, В.И. Кузнецов

Научный потенциал высшей школы – будущему России :
НЗ4 материалы Международной научно-практической конференции (Волгодонск, 24 апреля 2020 г.) / редколлегия: С.В. Волгина, А.А. Лысоченко, В.И. Кузнецов; Донской государственный технический университет. – Ростов-на-Дону : ДГТУ, 2020. – 202 с.

ISBN 978-5-7890-1799-9

Изложены проблемы естественных, технических, экономических и гуманитарных наук.

Представляют интерес для преподавателей, специалистов-практиков в области информационных технологий, естественных и технических наук, экономики и менеджмента, гуманизации и гуманитаризации высшего образования, а также для обучающихся вузов.

УДК 33+001+37

ББК 65+72+74

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Донского государственного технического университета

ISBN 978-5-7890-1799-9

© Донской государственный
технический университет, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	6
Раздел 1. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ЕСТЕСТВЕННЫЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ.....	7
<i>Гарлукович А.С.</i> Геометрия Лобачевского. Геометрия кривых поверх- ностей.....	7
<i>Казакевич В.А.</i> Разработка электронного курса по мерам защиты пер- сональных данных.....	10
<i>Кодин В.В., Пономарева А.Н.</i> Нанонаука и нанотехнологии: от созда- ния к современным разработкам.....	14
<i>Козлова В.А.</i> Обзор и анализ современных методов создания онлайн- тестов.....	17
<i>Кочковая Н.В., Чечевичко Р.С.</i> Посадочная страница: от абитуриента к студенту.....	20
<i>Красавцева Д.В.</i> Основы теории относительности.....	24
<i>Мешков В.Е., Растворова А.П.</i> Формирование базы данных синони- мов на основе парсинга свободных ресурсов Интернета.....	29
<i>Семенов В.В., Критинина Е.А.</i> Исследование пропускной способно- сти локальных компьютерных сетей с различной логической структу- рой.....	33
<i>Сидоркина Н.М., Михайлова Д.А.</i> «High-tech»-мусор как наиболее опасный вид антропогенного загрязнения биосферы в эпоху нанотех- нологий.....	40
<i>Турсунова М.Б.</i> Пища как экологический фактор.....	44
<i>Царевский Д.Д.</i> Применение булевых функций для моделирования ав- томатики подъемных устройств.....	48
<i>Чернышов К.А., Литвинов Ф.Б.</i> Преимущества и недостатки созда- ния базы данных в «1С: Предприятие».....	50
<i>Чернышов К.А., Ощепкова С.В.</i> Создание сайта для проведения те- стирования.....	53
Раздел 2. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖЕНТА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЙ.....	60
<i>Байрамукова В.З.</i> Цифровой маркетинг как инструмент повышения конкурентоспособности современного предприятия.....	60
<i>Бондарева К.А.</i> Повышение конкурентоспособности предприятий сферы общественного питания за счет использования инновационных технологий.....	64

Валентейчик Д.В., Титаренко А.О. Исследование рынка цифровых активов и тенденций его функционирования в современной экономике	67
Волгина С.В., Долгополова А.И. Оценка уровня и качества жизни населения.....	71
Гладкова Ю.В., Андреец Н.С. К вопросу о методах оценки уровня организации труда на предприятиях.....	76
Гладкова Ю.В., Коновалова С.А. Производительность труда в промышленном производстве: факторы влияния и проблемы роста.....	81
Диканов М.Ю., Афандерова А.Б. Конкурентная позиция – инструмент оценки уровня конкурентоспособности современного бизнеса.....	86
Иванова Е.В., Турсунова М.Б. Влияние пандемии на развитие сферы услуг в РФ.....	92
Кадерова Н.Н., Алдавик Э. Особенности налоговой нагрузки в Республике Казахстан.....	96
Колесникова Д.В. Резервы снижения себестоимости в условиях кризиса.....	99
Кошкина О.В., Бисембай Р.Ш. Внешний долг Республики Казахстан: состояние, проблемы, пути решения.....	103
Кувалдина И.С., Прокопенко М.С. Нобелевские премии по экономике: есть ли шанс у российских ученых-экономистов?.....	106
Нурланова Н.К. Экономический рост в регионах: теории и возможности их реализации в Казахстане.....	111
Нурпеисова А.А., Скахова Н.А. К вопросу о понятии инфраструктуры предприятия.....	116
Осадченко Е.Ю. Современные методики анализа качества продукции	120
Ощепкова С.В. Сравнительный анализ зарубежных экономических моделей и модель экономического развития современной России.....	124
Резникова А.А. Маркетинг персонала как способ формирования компанией качественного кадрового потенциала.....	128
Северенчук Е.А. Перспективы развития торговли в России на современном этапе.....	132
Таранова Н.С., Кошкина Е.С. Перспективы развития жилищного строительства в Ростовской области.....	135
Титаренко А.О. Теневая экономика как фактор влияния на международное движение капитала.....	139
Хухлаев Д.Г., Ковалев С.А. Состояние российского банковского сектора и перспективы его информатизации.....	143
Раздел 3. ЛИЧНОСТЬ В ГЛОБАЛИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА.....	148
Александрова Л.А., Бакулин А.С. Плагиат в рекламе.....	148
Алексеева О.П., Евецкая С.В. Советизмы как объект современной лингвистики: основные подходы к изучению.....	150

Бакулин А.С. Фестивальная реклама – креатив или псевдотворчество?...	154
Евецкая С.В., Редько Е.И. Саморегуляция педагогов дошкольного образования с различным уровнем толерантности к неопределенности.....	157
Зеленова Г.В., Бородина Н.Ю., Бондаренко А.С. Организация подготовки персонала гостиничного предприятия к работе с иностранными гостями.....	161
Зеленова Г.В., Сербиненко А.Ф. Дополнительные услуги как фактор привлекательности предприятий гостиничного сервиса.....	164
Кузнецов В.И., Плясулина Е.А. Принципы ассортиментной политики и факторы, влияющие на товарный ассортимент предприятий общественного питания.....	167
Лабунская В.И., Задорожная Е.А. Актуальные практики формирования грамотности в начальной школе.....	171
Мартынова А.Д. Особенности формирования механизмов управления продвижением гостиничных услуг.....	174
Морозова А.А., Палагина Н.С., Мартыненко В.Е. Ситуация успеха как фактор устойчивого взаимодействия учителя и учащегося в начальной школе.....	179
Морозова А.А., Палагина Н.С., Савина Е.В. Работа со словарем на уроках русского языка и литературного чтения как условие формирования познавательных компетенций обучающихся начальной школы	182
Назарова Е.С. Психологическое обоснование необходимости формирования толерантности у детей старшего дошкольного возраста.....	186
Паклина Н.В. Занятия настольным теннисом как средство профилактики миопии.....	189
Спиридонова Е.В. Активные методы обучения в деятельности педагога начального образования.....	192
Усова И.В., Назарова Т.С. Педагогические условия патриотического воспитания детей дошкольного возраста в образовательной организации.....	195
Четвериков С.В., Паклина Н.В. Индивидуальный подход к формированию здорового стиля жизни студента.....	199

ПРЕДИСЛОВИЕ

В сборнике представлены статьи и доклады студентов, аспирантов и учёных, посвящённые актуальным проблемам современной науки, подготовленные и представленные на Международной научно-практической конференции, организованной в апреле 2020 г. Институтом технологий (филиалом) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донской государственный технический университет» в г. Волгодонске Ростовской области.

Представленный материал подвергнут минимальной редакторской правке, чтобы дать возможность читателю познакомиться с авторским стилем изложения и трактовкой результатов исследования.

Материал сборника может быть полезен как студентам, аспирантам и преподавателям вузов, так и специалистам-практикам в областях информационных технологий, естественных и технических наук, экономики и менеджмента, гуманизации и гуманитаризации высшего образования.

А.А. Лысоченко
доктор экономических наук, профессор

Раздел 1.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ЕСТЕСТВЕННЫЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 514.132

Анатолий Сергеевич Гарлукович
обучающийся 1-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ГЕОМЕТРИЯ ЛОБАЧЕВСКОГО. ГЕОМЕТРИЯ КРИВЫХ ПОВЕРХНОСТЕЙ

В 1826 г. Н.И. Лобачевский построил и развил одну из возможных геометрий, где аксиома (А) не имеет места [1]. Геометрия Лобачевского основывается на тех же аксиомах, что и евклидова геометрия, за исключением аксиомы о параллельных, которая заменяется противоположным утверждением – аксиомой Лобачевского: через точку вне прямой в данной плоскости можно провести хотя бы 2 прямые, не пересекающие данную прямую [2].

Вопрос о том, какая геометрия – Евклида или Лобачевского – точнее описывает мир световых лучей, решается не просто, хотя аксиома Лобачевского не кажется такой парадоксальной на первый взгляд [3]. Большой заслугой Лобачевского было то, что он поставил этот вопрос. Но идеи его были столь необычны, что современники не понимали их. В геометрии Лобачевского многое стало понятнее, когда ученые смогли хорошо ознакомиться с геометрией кривых поверхностей. Дабы объяснить, в чем дело, необходимо геометрию рассмотреть на шаре. Были времена, когда люди ошибочно думали, что Земля является плоской. Позднее, ведя наблюдение за водными суднами, уходящими за горизонт, они сделали вывод о том, что Земля имеет шарообразную форму. Они наблюдали за кораблями, которые имеют конкретную высоту и поднимаются над земной поверхностью. Появляется вопрос, можно ли удостовериться в земной шарообразности, проводя различные измерения над поверхностью Земли. Это можно сделать очень просто. Двигаясь в одном и том же направлении по Земле, мы вернемся туда, откуда начинали движение. Но загвоздка в том, что для такого опыта нужно сделать кругосветное путешествие. А можно ли удостовериться в земной шарообразности, находясь на небольшом участке определенное время, например, на каком-то острове? Можно. Надо измерить геометрические фигуры, расположенные на земной поверхности. Для начала на данной поверхности возьмем пару точек – А и Б. Можно данные точки соединить между собой различными линиями, не покидая острова. Среди получившихся линий, будет одна, которая имеет длину меньше других. Зная, о шарообразности Земли, можно сказать о том, что линия – дуга большого круга, соединяющая точки А и Б. А человек, обитающий

на островке, не зная о шарообразности, скажет, что линия – это прямая. Проведя все эти манипуляции, он возьмет уже не 2, а 3 точки, и проведёт измерения углов треугольника АБВ. Если остров будет очень маленький и точность его инструментов такая же, то он получит сумму углов этого треугольника, равную 180 градусам. Результат получится иным, если остров будет большим или инструменты у жителя острова очень точны. Чтобы выяснить, в чем тут дело, рассмотрим три такие точки: А – Северный полюс, Б – пересечение нулевого меридиана с экватором, В – пересечение меридианы с экватором, с долготой 90 градусов. Если все эти точки взять на глобусе, то можно увидеть, что углы полученного треугольника будут равны 90 градусам. Но тогда сумма всех углов треугольника равна 270 градусам. Можно доказать, что сумма углов у любого треугольника на поверхности шара больше, чем 180 градусов, и данный избыток тем больше, чем больше площадь треугольника. Поэтому, измеряя углы большого треугольника в точности, можем убедиться в том, что мы живем на искривленной поверхности, а не на плоскости. Благодаря более точным измерениям, можно получить и представление о поверхностной форме. Проведенные измерения на шаре можно провести на любой поверхности. На любой другой поверхности есть линии, которые соединяют 2 точки и имеют меньшую длину, нежели все остальные линии, соединяющие эти точки. Название таких линий – геодезические. Проводя измерения углов треугольников, образованных такими линиями, можно судить о кривизне поверхности. У кривых поверхностей (например, шар) эта сумма получается больше 180 градусов. Также есть поверхности, у которых в некоторых местах получается больше 180 градусов, а в других – меньше. Существует поверхность (Псевдосфера), у которой геодезические линии проявляют себя, как прямые на плоскости Лобачевского. Б. Риман, известный немецкий ученый, ввел важное понятие о возможности рассматривать, помимо искривленных поверхностей, и искривленные пространства [4]. Их трудно представить, потому что, когда говорится о кривой поверхности, представляется поверхность, лежащая на каком-то пространстве. Но где же лежит кривое пространство? Дело в том, что в искривленности поверхности можно убедиться, не покидая её пределов, если измерить углы в треугольниках на этой поверхности. Таким же образом пространство следует считать искривленным, если сумма углов треугольника из этого пространства отличается от 180 градусов.

Перейдем к главному – практическому применению геометрии Лобачевского.

Спутниковые системы навигации состоят из двух частей: первая – это орбитальная группировка из 24–29 спутников, равномерно расположенных вокруг Земли, а вторая – управленческий сегмент на Земле, обеспечивающий

синхронизацию времени на спутниках и использование единой системы координат. На самих спутниках установлены точные атомные часы, а в приемниках – обычные, кварцевые. В приемниках также имеется информация о расположении всех спутников в любой момент времени, а точнее – их координаты. Спутники с маленькими интервалами передают сигналы, содержащие данные о времени начала передачи. Получив сигнал как минимум от четырех спутников, приемник может скорректировать свои часы и вычислить расстояния до этих спутников по формуле:

$$d = (t(1) - t(2))c ,$$

где d – расстояние до спутника,

$t(2)$ – это время приема сигнала,

$t(1)$ – время отправки сигнала,

c – скорость света.

Вычисленные расстояния также корректируются по встроенным в приемник формулам. Далее приемник находит координаты точки пересечения сфер с центрами в спутниках и радиусами, равными вычисленным расстояниям до них. Очевидно, это будут координаты приемника.

Геометрические формулы Лобачевского используются в физике высокой энергии, а именно, в расчетах ускорителей заряженных частиц.

Библиографический список

1. Колесников, М. Лобачевский / М. Колесников. – Москва: Молодая гвардия, 1965. – 240 с. – (ЖЗЛ: Жизнь замечательных людей). – Текст: непосредственный.
2. Ефимов, Н.В. Высшая геометрия / Н.В. Ефимов. – Москва: Наука, 1971. – 15 с. – Текст: непосредственный.
3. Лобачевский, Н.И. Полное собрание сочинений. Т. 1: Геометрические исследования по теории параллельных линий. О началах геометрии / Н.И. Лобачевский, под редакцией В.Ф. Каган. – Москва; Ленинград: Гостехиздат, 1946. – 231 с. – Текст: непосредственный.
4. Виленкин, Н.Я. За страницами учебника математики / Н.Я. Виленкин, Л.П. Шибасов. – Москва: Просвещение, 1996. – 320 с. – Текст: непосредственный.

РАЗРАБОТКА ЭЛЕКТРОННОГО КУРСА ПО МЕРАМ ЗАЩИТЫ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

Большое количество информации, циркулирующей в настоящее время в обществе (социальной среде), тем или иным образом относится либо к одному индивидууму, либо к некоторой группе лиц. Любому гражданину приходится рано или поздно сталкиваться с заполнением документов о разрешении на обработку его личных данных в медицинских учреждениях. Также работники кадровых служб предприятий различных форм собственности постоянно работают с личными данными штатных и внештатных сотрудников, которые должны быть уверены в надлежащей защите их персональных данных. Кроме того, каждый из рядовых пользователей глобальной сети Интернет при посещении различных виртуальных магазинов и центров дистанционного обучения должен быть уверен в том, что его личные данные останутся недостижимы для посторонних субъектов. В противном случае разглашение персональной информации может стать не виртуальной, а реальной проблемой для любого гражданина Российской Федерации. Таким образом, следует утверждать о том, что в нашей стране, ориентированной прежде на охрану государственных интересов, защита персональных данных в настоящий момент приобрела особую актуальность [1].

Со вступлением в силу Федерального закона РФ 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных» миллионы информационных систем, касающихся сбора, хранения, обработки или передачи идентификационных данных физических лиц, стали подлежать модернизации в строгом соответствии с совершенно новыми требованиями.

Эти требования в настоящее время сформулированы в Положении об обеспечении безопасности персональных данных при их обработке в информационных системах персональных данных (Постановление Правительства РФ 2007 г. № 781), совместном Приказе ФСТЭК России, ФСБ России, Мининформсвязи России 2008 г. № 55/86/20, а также в методических документах ФСТЭК России и ФСБ России [2].

Решения для защиты персональных данных в российских компаниях и учреждениях формируются на базе мер организационно-технического характера. Они должны соответствовать нормам правовых актов – Конституции Российской Федерации (ст. 24), Федерального закона № 152-ФЗ «О персональных данных» – и специальным требованиям регуляторов.

При этом Роскомнадзор следит за исполнением законодательства, касающегося персональных данных в целом, ФСТЭК и ФСБ формируют требования к методологическим, техническим и организационным условиям защищенности информационных систем обработки персональных данных.

Для предотвращения несанкционированного доступа и усиления надежности и отказоустойчивости информационной системы персональных данных (ИСПДн), сохранения целостности и доступности информации внутри системы, согласно Федеральному закону № 152-ФЗ, необходимо:

1. Определить масштаб информационной системы и категорию персональных данных (ПДн), смоделировать угрозы безопасности.

2. Внедрить организационно-технические механизмы безопасности в соответствии с четырьмя уровнями защищенности. Определение уровней содержится в Постановлении правительства № 1119 «Об утверждении требований к защите персональных данных при их обработке в информационных системах персональных данных».

3. Использовать средства информационной защиты, возможности которых подтверждены сертификатами соответствия ФСТЭК и/или ФСБ.

4. Провести до начала обработки ПДн комплексный аудит безопасности, включая аудит информационной системы, компонентов защиты, исполнения требований внутренних организационных и методических распоряжений.

5. Внедрить систему учета всех видов носителей информации ограниченного использования, в том числе ПДн.

6. Заложить в информационной системе функции резервирования и восстановления ПДн в случае несанкционированных изменений или уничтожения.

7. Установить регламент доступа сотрудников оператора к персональным данным в ИС. Уровни доступа должны сегментироваться в зависимости от должностных обязанностей.

8. Внедрить инструменты аудита и журналирования действий сотрудников с персональными данными.

9. Контролировать исполнение правил безопасности эксплуатации персональных данных и непрерывность работы защитных аппаратно-программных сервисов ИСПДн [3].

С целью изучения всех указанных мероприятий разработан электронный курс по мерам защиты персональных данных, предполагающий осваивать не только теоретические сведения, но и реализовывать на практике установленные нормативными документами. Электронный курс с технической точки зрения – это веб-приложение, т. е. набор файлов, которые хранят:

- структуру курса (в формате xml);
- код, например, JavaScript, который отвечает за интерактивность и т. д.;
- информацию о тестах и прочих активностях.

Все данные хранятся в стандартном формате, который позволяет передавать данные о результатах пользователя из загруженного курса в систему дистанционного обучения (СДО). На данный момент существует три стандарта сбора и хранения данных о прохождении курса: SCORM, AICC, TinCan API (xAPI, CMI5).

На данный момент чаще всего применяется SCORM (несмотря на то, что формат старый и позволяет получать от электронного курса только три параметра: курс завершён, курс пройден, получено xxx баллов).

Наиболее новый формат – xAPI. Он позволяет отслеживать значительно больше параметров, например, пользователь приступил к выполнению задания, пользователь ответил на вопрос и пр. Кроме того, xAPI позволяет собирать данные об активности пользователя не только в вашей системе дистанционного обучения, но и на других сайтах или даже в соцсетях. Однако реализация СДО с применением xAPI несколько сложнее и отнюдь не все СДО поддерживают этот стандарт.

Для создания электронных курсов можно использовать инструменты, встроенные в системы дистанционного обучения, а можно – специальное программное обеспечение.

На данный момент наиболее известны и популярны следующие программы для разработки электронных курсов в форматах SCORM и xAPI: Adobe Captivate, Articulate Storyline, ISpring Suite, Trivantis Lectora Inspire, Websoft Courselab.

Есть и онлайн-средства разработки курсов: Elucidat, Uduu, Adapt и пр.

Редакторы электронных курсов, в основном, выросли из Power Point, поэтому работа в них зачастую напоминает создание презентаций.

Итак, что умеет большинство названных выше программ:

- создавать слайды с вставленным текстом, изображениями, видео, аудио;
- создавать интерактивные элементы: всплывающие окна, кнопки, кликабельные участки, простую анимацию объектов, drag'n'drop (перетаски и отпусти объект);
- создавать тесты (с одним или несколькими вариантами ответов в виде текста или картинок); задания из серии «вставь пропущенное слово», «впиши цифру»; задания, где нужно соотнести, ранжировать что-либо;
- создавать эмуляцию программного обеспечения, когда программа записывает ваши действия. Пользователь смотрит пример, а потом пытается воспроизвести какие-либо действия с помощью эмулятора.

Система дистанционного обучения (в узком понимании) – это некая программная платформа (облачная или установленная на сервере организации), которая предназначена для трансляции пользователям учебных материалов в

определенном формате, проведения оценочных мероприятий и сбора данных о результатах прохождения пользователями обучения [4].

На данный момент наиболее популярны в России следующие СДО с поддержкой SCORM: ISpring, Moodle, Webtutor, Мираполис, Diskurs LMS.

В заключении можно сказать, что развитие и широкое распространение программных систем привело к тому, что в будущем электронные курсы станут одним из важнейших элементов учебного процесса, причем не выходя из дома. Необязательно знать язык программирования, чтобы внедрить электронный курс в образовательный процесс, что намного упрощает работу преподавателей. В настоящее время авторами реализуется курс в системе Moodle.

Библиографический список

1. Благодаров, А.В. Алгоритмы категорирования персональных данных для систем автоматизированного проектирования баз данных информационных систем / А.В. Благодаров [и др.]. – Москва: Горячая линия – Телеком, 2013. – 116 с. – Текст: непосредственный.

2. Аверченков, В.И. Защита персональных данных в организации: монография / В.И. Аверченков, М.Ю. Рытов, Т.Р. Гайнулин. – 3-е изд., стер. – Москва: Флинта, 2016. – 124 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93260> (дата обращения: 30.04.2020). – Библиогр.: с. 107–109. – Текст: электронный.

3. Новая парадигма защиты и управления персональными данными в Российской Федерации и зарубежных странах в условиях развития систем обработки данных в сети Интернет: монография / А.С. Дупан, А.К. Жарова, В.М. Елин [и др.]; под редакцией А.С. Дупан. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2016. – 343 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=486427> (дата обращения: 30.04.2020). – Текст: электронный.

4. Шамшев, А.Б. Разработка электронного учебного курса «проектирование человеко-машинного интерфейса» в среде Moodle / А.Б. Шамшев. – Текст: непосредственный // Электронное обучение в непрерывном образовании 2014 (с элементами научной школы для молодежи): Всерос. науч.-практ. конференция, Ульяновск, 18 – 20 марта 2014 г. Т. 2. – Ульяновск: УлГТУ, 2014. – С. 215–218.

НАНОНАУКА И НАНОТЕХНОЛОГИИ: ОТ СОЗДАНИЯ К СОВРЕМЕННЫМ РАЗРАБОТКАМ

В 2003 г. правительство Великобритании обратилось в Royal Society Royal Academy of Engineering с просьбой высказать свое мнение о необходимости развития нанотехнологий, оценить преимущества и проблемы, которые может вызвать их развитие. В итоге в июле 2004 г. были предложены определения нанонауки и нанотехнологий [1].

Нанонаука – это исследование явлений и объектов на атомарном, молекулярном и макромолекулярных уровнях, характеристики которых существенно отличаются от свойств их макроаналогов.

Нанотехнология – это конструирование, характеристика, производство и применение структур, приборов и систем, свойства которых определяются их формой и размером на нанометровом уровне.

Следовательно, под термином «нанотехнология» понимается совокупность технологических приемов, позволяющая создавать нанообъекты и манипулировать ими. Это технологии работ с веществом на уровне отдельных атомов. Переход от манипуляции с веществом к манипуляции с отдельными атомами – это скачок, обеспечивающий беспрецедентную точность и эффективность. В середине XX в. люди научились работать как с массой атомов, так и с одним атомом. В своем стремлении к миниатюризации они изучили и дошли до таких размерных частиц, при которых их оптические и электронные свойства стали резко отличаться от таких частиц «обычных» размеров. Именно тогда стало окончательно понятно, что шкала «наноразмеров» – это особая область, отличающаяся от области существования макрочастиц или сплошных сред [2].

Нанотехнология, в ее традиционном смысле, означает конструирование предмета снизу вверх с атомной точностью. Эта теоретическая возможность была задумана еще в 1959 г. и на протяжении последующих десятилетий привела к формированию новой парадигмы развития науки, технологии, социальной жизни общества. В настоящее время нанотехнология включает группу новых технологий, в которых структура материи контролируется в нанометровом масштабе.

Первым ученым, использовавшим эту единицу измерения, был Альберт Эйнштейн, который в 1905 г. теоретически доказал, что размер молекулы сахара равен одному нанометру. Один нанометр равен одной миллиардной части метра. На этом расстоянии можно вплотную расположить примерно 10 атомов.

Области применения нанотехнологий:

1. Нанокomпьютер – вычислительное устройство на основе электронных (механических, биохимических, квантовых) технологий с размерами логических элементов порядка нескольких нанометров. Сам компьютер, разрабатываемый на основе нанотехнологий, также имеет микроскопические размеры [3].

2. ДНК-компьютер – вычислительная система, использующая вычислительные возможности молекул ДНК. Биомолекулярные вычисления — это собирательное название для различных техник, так или иначе связанных с ДНК или РНК. При ДНК-вычислениях данные представляются не в форме нулей и единиц, а в виде молекулярной структуры, построенной на основе спирали ДНК. Роль программного обеспечения для чтения, копирования и управления данными выполняют особые ферменты.

3. Атомно силовой микроскоп сканирующий зондовый микроскоп высокого разрешения, основанный на взаимодействии иглы кантилевера (зонда) с поверхностью исследуемого образца. В отличие от сканирующего туннельного микроскопа (СТМ), может исследовать как проводящие, так и непроводящие поверхности даже через слой жидкости, что позволяет работать с органическими молекулами (ДНК). Пространственное разрешение атомно-силового микроскопа зависит от размера кантилевера и кривизны его острия. Разрешение достигает атомарного по горизонтали и существенно превышает его по вертикали.

4. Антенна-осциллятор. 9 февраля 2005 г. в лаборатории Бостонского университета была получена антенна-осциллятор размерами порядка 1 мкм. Это устройство насчитывает 5000 миллионов атомов и способно осциллировать с частотой 1,49 гигагерц, что позволяет передавать с ее помощью огромные объемы информации.

5. ДНК-нанотехнологии используют специфические основы молекул ДНК и нуклеиновых кислот для создания на их основе четко заданных структур.

В начале 2000 г., благодаря быстрому прогрессу в технологии изготовления частиц наноразмеров, был дан толчок к развитию новой области нанотехнологии – наноплазмоники. Оказалось возможным передавать электромагнитное излучение вдоль цепочки металлических наночастиц с помощью возбуждения плазмонных колебаний [4].

6. Нанороботы – роботы, созданные из наноматериалов и размером сопоставимые с молекулой, обладающие функциями движения, обработки и передачи информации, исполнения программ. Нанороботы, способные к созданию своих копий, т. е. самовоспроизводству, называются репликаторами.

В настоящее время уже созданы электромеханические нанороботы, ограниченно способные к передвижению, которые можно считать прототипами нанороботов.

7. Молекулярные роторы – синтетические наноразмерные двигатели, способные генерировать крутящий момент при приложении к ним достаточного количества энергии.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что нанотехнология, как междисциплинарная дисциплина, охватывает очень широкий круг научнотехнических специальностей из различных областей человеческих знаний, начиная от квантовой физики, электронной микроскопии и молекулярной биологии. Имеющиеся на сегодня в мире научно-технические достижения в области нанотехнологий и их лабораторно обоснованные технические возможности позволяют надеяться на то, что синтезированные в промышленных условиях новые наноструктурные материалы и нанороботы с уникальными физическими и химическими свойствами приведут в ближайшее время к подлинным революционным преобразованиям в мировой технической сфере.

Библиографический список

1. Пул, Ч. Нанотехнологии / Ч. Пул, Ф. Оуэнс; перевод с английского под редакцией Ю.И. Головина. – Москва: Техносфера, 2007. – 376 с. – Текст: непосредственный.

2. Сайфуллин, Р.С. Универсальный лексикон: Химия, физика, технология / Р.С. Сайфуллин. – Москва: Логос, 2002. – 448 с. – Текст: непосредственный.

3. Храмов, Ю.А. История физики / Ю.А. Храмов. – Киев: Феникс, 2006. – 1176 с. – Текст: непосредственный.

4. Ткачук, В.А. Нанотехнологии и медицина / В.А. Ткачук. – Текст: непосредственный // Российские нанотехнологии. – 2009. – Т. 4. – № 7–8. – С. 9–11.

ОБЗОР И АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ СОЗДАНИЯ ОНЛАЙН-ТЕСТОВ

Дистанционное обучение является новой, постоянно развивающейся отраслью. Ее популярность, особенно в связи с последними событиями, только возрастает. Именно сейчас, в связи с карантином и введением дистанционных форм обучения, все составляющие этой отрасли наиболее востребованы. Тестовые технологии, ресурсы и программное обеспечение являются необходимыми составляющими дистанционного обучения.

Современные технологии тестирования могут существенно снизить нагрузку на преподавателей, облегчая массовую проверку (в том числе и онлайн) знаний студентов. В настоящее время такая нагрузка очень высока в высших учебных заведениях. Одной из наиболее эффективных форм использования тестовых технологии является промежуточный контроль, проверка базовых знаний студентов: основных понятий и определений предметной области, ее основных законов и т. д.

Процесс дистанционного обучения предполагает, что студент и преподаватель разнесены и в пространстве, и во времени, а для передачи знаний и для организации диалога между студентом и преподавателем используются разные технические средства, прежде всего, электронные: интернет-ресурсы, видеоконференции, электронная почта, а также промежуточное корректирующее общение в различных мессенджерах. Как одно из направлений дистанционного обучения можно выделить электронную учебу или обучение в сети. Элементы дистанционного обучения могут использоваться и при заочном, а в случае необходимости, и при очном обучении.

Электронная учёба (E-Learning), в основном, использует для передачи знаний и организации общения между студентами и преподавателями глобальную сеть Интернет. Обязательным условием организации электронной учебы является наличие персонального компьютера, планшета или смартфона, а также стабильного подключения к сети Интернет. Таким образом, студент может получать основные методические и другие материалы учебных курсов, дополнительные консультации от преподавателей.

Поиск учебных и учебно-методических материалов в глобальной сети давно стал необходимой составляющей, которая не рассматривается отдельно, но является базовой составляющей любого современного обучения. Также большим плюсом является общение студентов, обучающихся дистанционно, между собой, а также организация тематических форумов при центре обучения.

Рассмотрим центры дистанционного обучения, популярные в российском сегменте Интернет.

Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ» (ИНТернет Университет Информационных Технологий). Основная задача университета – дистанционное обучение. Можно пройти отдельные курсы, переподготовку или повышение квалификации. Также большая часть материалов данного ресурса находится в открытом доступе бесплатно:

1. «Виртуальная школа» – дистанционное дополнительное образование [1].

2. «Телешкола» – дистанционное интернет-обучение, аккредитованная интернет-школа [2].

3. Сайт ФИЗИКОН – системы дистанционного обучения, образовательные программы естественно-научного направления: физика, математика, химия, астрономия, биология [3].

Для организации дистанционного обучения широко используются современные мессенджеры. Нередко смартфоны и планшеты заменяют пользователям персональные компьютеры и ноутбуки. На такой платформе в вузы внедряется мобильное взаимодействие в ходе учебного процесса. Сегодня обсуждается использование мобильных курсов как реального инструментария организации учебного процесса и даже альтернативы очной форме обучения. На наш взгляд, альтернативность очной форме обучения – это ошибочная точка зрения, но использование дистанционной учебы, как вспомогательной формы, дает прекрасные возможности.

Мобильная электронная сетевая учёба происходит в любое время, в любом месте с использованием мобильных устройств. Главное отличие мобильной учебы в том, что весь обмен информацией, все коммуникации между студентами и преподавателями происходят в беспроводной сети. Устройства, поддерживающие данный формат обучения: сотовые телефоны, смартфоны, планшеты, ноутбуки.

Для обозначения всего класса устройств в английском языке используется словосочетание Personal Digital Assistant (PDA), что на русский язык можно перевести как «цифровой секретарь». Учебным устройством может быть любой мобильный аппарат, способный принимать, хранить и передавать информацию – камера, смартфон, планшет, персональный компьютер.

Наиболее успешной формой дистанционного обучения является комбинация мобильной и электронной форм обучения. Таким образом, одна форма предоставляет общение с помощью коротких сообщений, корректирующих и регулирующих учебный процесс, а электронная форма предоставляет весь широкий спектр обучающих средств (обучение, например, по Skype, Zoom и другим аналогичным системам, индивидуально и в режиме видеоконференции; видеокурсы, электронные материалы, тесты и т. д.).

Современные средства мобильной связи (технологии 3G и 4G, а в перспективе и 5G) предоставляют широкий спектр технологий для передачи информации между устройствами.

Кратко рассмотрим некоторые из них.

Технология GSM (Global system for mobile communications). Наиболее популярный и повсеместно используемый стандарт для мобильных телефонов, которым пользуется более полутора триллионов людей во всем мире.

Технология GPRS (General Packet Radio Service) надстройка над технологией мобильной связи GSM, позволяющая осуществлять пакетную передачу данных. GPRS поддерживает протоколы IP и PPP и позволяет пользователю мобильного устройства работать в Интернете и пересылать сообщения электронной почты. Для того чтобы установить соединение, пользователю необходимо указать имя точки доступа, свое сетевое имя и пароль.

Данный вид технологий постоянно развивается. Стандарты 3G и 4G, технология мобильной связи третьего и четвертого поколения соответственно, которая, в том числе, обеспечивает высокоскоростной доступ в Интернет. Используется технология UMTS с надстройкой HSPA. Максимальная скорость сетей 3G достигает 3,6 Мбит/с.

Технология HSPA (High Speed Packet Access) – высокоскоростная пакетная передача данных, H и H+, позволяет передавать данные по сетям UMTS на очень высоких скоростях вплоть до нескольких десятков Мбит/с. Существенно, что не все устройства поддерживают такую скорость.

В настоящее время уже активно используется новое поколение 4G (LTE, LTE-A). 4G – fourth generation – четвертое поколение данной технологии. Это перспективные технологии, которые позволяют осуществлять передачу данных, скорость которой превышает 100 Мбит/с для подвижных абонентов и 1 Гбит/с – для стационарных.

Технология Wi-Fi, Wireless Fidelity (IEEE 802.11) – протокол для организации локальных беспроводных сетей Wireless LAN. Пользователи могут перемещаться по территории покрытия сети Wi-Fi без разрыва соединения.

Часть стандартов, широко используемых ранее, практически устарела.

Стандарт WAP, Wireless Application Protocol – открытый стандарт для приложений, которые используют беспроводные коммуникации для доступа к Интернет. Данный стандарт можно считать устаревшим.

Bluetooth обеспечивает обмен информацией между такими устройствами, как смартфоны, мобильные телефоны, ноутбуки, принтеры и цифровые фотоаппараты на надёжной, недорогой, повсеместно доступной радиочастоте для ближней связи. Однако данный стандарт с развитием скоростного мобильного Интернета стал практически неактуальным.

С развитием средств мобильной связи и мобильного обучения остро встает вопрос создания новых учебных сценариев. В настоящее время достаточно сфотографировать растение или животное, отправить фото поисковику и получить информацию о данном предмете. Однако, даже с развитием GPS-навигации и подобных образовательных услуг, именно обучающая и информационная составляющая заметно отстает при использовании этих сервисов от развлечения и общения.

Это связано не только со значительно меньшей популярностью обучения на фоне развлечений, хотя это одна из основных проблем. Также немало важно то, что хорошее образование должно отличаться структурированностью, логичностью и достаточно широким охватом предметной области. А эта задача очень отличается от обычного предоставления справочной информации.

Библиографический список

1. Виртуальная школа: [сайт]. – Красноярск, 2005 – ... – URL: <https://vsch.ru/> (дата обращения: 23.04.2020). – Текст: электронный.
2. Телешкола дистанционного обучения // Карта Знаний: поисковая система образования: [сайт]. – URL: <http://www.kartaznaniy.ru/distantsionnoe-obrazovanie/shkoly-distantsionnoye-obrazovaniye/teleshkola-distantsionnogo-obucheniya> (дата обращения: 23.04.2020). – Текст: электронный.
3. ФИЗИКОН: разработка электронных образовательных ресурсов для школ, колледжей и вузов: [сайт]. – Долгопрудный, 1993 – ... – URL: <http://www.physicon.ru/> (дата обращения: 23.04.2020). – Текст: электронный.

УДК 004.9:659.138:378

Наталья Владимировна Кочкова

канд. техн. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Роман Сергеевич Чечевичко

обучающийся 3-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ПОСАДОЧНАЯ СТРАНИЦА: ОТ АБИТУРИЕНТА К СТУДЕНТУ

Интернет-пользователям так называемые «посадочные страницы» нередко первыми попадают на глаза.

С их помощью можно продавать товар, предлагать услуги или набирать аудиторию. Посадочная страница (англ. landingpage – «лендинг») – это веб-страница, задача которой основывается на сборе необходимых контактных данных целевой аудитории. Используется для усиления эффективности рекламы, увеличения аудитории. Обычно посадочная страница содержит информацию о товаре или услуге.

Переход на посадочные страницы часто осуществляется из социальных сетей, email-рассылок и рекламных кампаний. Главной задачей таких страниц является преобразование посетителя в покупателя или клиента, побуждение к целевому действию. Анализ взаимодействия пользователей с целевой страницей позволяет маркетологам определить успешность рекламы [1].

Существуют несколько типов целевых страниц:

1. Лидогенерационный тип. Цель данного типа страницы – собирать информацию о лидах – потенциальных клиентах. Например, телефон, ФИО, email – минимально необходимая информация, по которой можно в дальнейшем связаться с будущим клиентом.

2. Посадочная страница для клика. Цель данного типа страниц – сбор кликов. Она используется для того, чтобы пользователь Интернета перешел на страницу покупки товаров. На этой странице всего одна кнопка «Купить» или «Перейти на сайт магазина». Эта посадочная страница не имеет корзины и возможности оплатить, но может направить посетителя на страницу товара.

3. Сжатая страница. Основная цель данного типа страниц – сбор электронных адресов для будущих рассылок. В основном, такие страницы содержат большую картинку, заголовок, форму для сбора электронных адресов и краткую информацию о тех предоставляемых товарах или услугах, которыми компания может быть полезна своим потенциальным клиентам [2].

Любая посадочная страница имеет свою целевую аудиторию, для которой она и создается. Это нужно для меньших затрат на рекламу и высокой эффективности предложения. Целевая аудитория – это пользователи, объединенные в группы по характеризующим их общим признакам, на которую рассчитан продукт или услуга. Целевые группы требуются для создания маркетинговых стратегий с целью повышения продаж [3]. Целевая аудитория необходима для того, чтобы рекламная кампания была направлена только на тех клиентов, которые с большей вероятностью заинтересуются товаром или услугой. Это снизит стоимость рекламы и повысит ее эффективность.

Рассмотрим виды целевой аудитории.

- целевая аудитория в b2b сегменте (бизнес для бизнеса);
- целевая аудитория в b2c сегменте (потребительский бизнес).

Определить целевую аудиторию b2b-сегмента проще, так как вся необходимая информация о клиенте есть в открытом доступе. В рекламных кампаниях для b2b-сегмента нужно учитывать, что товар, скорее всего, приобретается ответственным лицом для нужд компании или перепродажи.

Характеристики целевой аудитории в сегменте b2c сильно подвержены внешнему воздействию. На рынке появляются новые инновационные про-

дукты, тренды меняются - все это влияет на поведение пользователей. В секторе b2c необходимо очень чутко прислушиваться к микроколебаниям спроса на рынке и корректировать данные о целевой аудитории. В рекламе для b2c-сектора важно учитывать, что продукт приобретается, в первую очередь, для личного пользования [4].

Рассмотрев теоретические представления о том, что такое посадочная страница и целевая аудитория, перейдем к практической задаче – необходимо выявить целевую группу для образовательного учреждения и спроектировать посадочную страницу с учетом результатов выявления целевой аудитории.

Для выявления целевой аудитории необходимо разделить типы клиентов на группы. Целевая аудитория выявляться для образовательного учреждения – Института технологий (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске. В первую очередь, клиент института – это абитуриент, который собирается поступить в вуз.

На какие группы можно разделить абитуриентов?

Первая группа (назовём ее Г1) – подростки 17–19 лет, закончившие общеобразовательную программу в школе с последующей сдачей Единого государственного экзамена.

Вторая группа (Г2) – школьники, обучающиеся в общеобразовательных учреждениях. Сюда входят ученики 9–11 классов, которые думают над тем, куда поступать.

Третья группа (Г3) – люди, получившие среднее профессиональное образование. Обычно возраст 21–23 года. Цель – получить высшее образование.

Четвертая группа (Г4) – работающие люди, в возрасте 27–45 лет, которые собираются повышать квалификацию.

Основные группы – Г1 и Г2. Большинство аудитории будет из этих групп. Где «ловить» этих людей? Социальные сети и медиа. Большую часть времени эти группы проводят именно там. На основе этих данных можно построить макет нашей посадочной страницы (см. рисунок).

По схеме мы разрабатываем сам сайт-страницу. Для этого можно использовать любой конструктор. В нем легко осуществить поставленную задачу, используя огромный набор инструментов для этого. Важно понимать, что содержимое должно быть максимально кратким и понятным для потенциального клиента. От этого зависит, заинтересует ли предложение нашего абитуриента. Готовый сайт размещается в Интернете, проводится рекламная кампания на основе выявленной целевой аудитории.

Таким образом, используя все данные из статьи, можно осуществить поставленную задачу: создать страницу, выявить целевую аудиторию, организовать рекламную кампанию. В конечном итоге это позволит создать спрос на предложенный товар или услугу.



ГЛАВНАЯ | ПРОГРАММЫ | УСЛОВИЯ ПРИЕМА | О НАС | INSTAGRAM | КОНТАКТЫ

БЛОК 1						
БЛОК 2	ДОСТУПНЫЕ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ НАЗВАНИЕ, КАРТИНКА, КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ <table border="1"><tr><td>ФОРМА ДЛЯ КОНТАКТНОЙ ИНФОРМАЦИИ</td><td>ОТПРАВИТЬ</td></tr></table>		ФОРМА ДЛЯ КОНТАКТНОЙ ИНФОРМАЦИИ	ОТПРАВИТЬ		
ФОРМА ДЛЯ КОНТАКТНОЙ ИНФОРМАЦИИ	ОТПРАВИТЬ					
БЛОК 3		ПРАВИЛА ПРИЁМА <table border="1"><tr><td>ФОРМА ДЛЯ КОНТАКТНОЙ ИНФОРМАЦИИ</td><td>ОТПРАВИТЬ</td></tr></table>	ФОРМА ДЛЯ КОНТАКТНОЙ ИНФОРМАЦИИ	ОТПРАВИТЬ		
ФОРМА ДЛЯ КОНТАКТНОЙ ИНФОРМАЦИИ	ОТПРАВИТЬ					
БЛОК 4	ИНФОРМАЦИЯ О ВУЗЕ <table border="1"><tr><td>ФОРМА ДЛЯ КОНТАКТНОЙ ИНФОРМАЦИИ</td><td>ОТПРАВИТЬ</td></tr></table>	ФОРМА ДЛЯ КОНТАКТНОЙ ИНФОРМАЦИИ	ОТПРАВИТЬ			
ФОРМА ДЛЯ КОНТАКТНОЙ ИНФОРМАЦИИ	ОТПРАВИТЬ					
БЛОК 5	ФОТО ИНСТАГРАММ <table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>					
БЛОК 6	<table border="1"><tr><td>ФОРМА ДЛЯ КОНТАКТНОЙ ИНФОРМАЦИИ</td><td>ОТПРАВИТЬ</td></tr><tr><td colspan="2"> КАРТА С МЕТКОЙ О МЕСТОНАХОЖДЕНИИ ИНСТИТУТА </td></tr></table>		ФОРМА ДЛЯ КОНТАКТНОЙ ИНФОРМАЦИИ	ОТПРАВИТЬ	КАРТА С МЕТКОЙ О МЕСТОНАХОЖДЕНИИ ИНСТИТУТА	
ФОРМА ДЛЯ КОНТАКТНОЙ ИНФОРМАЦИИ	ОТПРАВИТЬ					
КАРТА С МЕТКОЙ О МЕСТОНАХОЖДЕНИИ ИНСТИТУТА						

©2020 ИТ (филиал) ДГТУ

Макет посадочной страницы

Библиографический список

1. Целевая страница // Википедия: свободная энциклопедия: [сайт]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/?oldid=103785523> (дата обращения: 22.04.2020). – Текст: электронный.
2. Что такое лендинг // Хабр: [сайт]. – URL: <https://habr.com/ru/company/trinion/blog/273917/> (дата обращения: 22.04.2020). – Текст: электронный.
3. Целевая аудитория: что это, как определить и исследовать потребности ЦА // Яндекс.Дзен. SEO-update: [блог]. – URL: https://zen.yandex.ru/media/id/5ae76622f03173ba38d074ce/celevaia-auditoria-cto-eto-kak-opredelit-i-issledovat-potrebnosti-ca-5ae766d60422b47265647c47?utm_source=serp (дата обращения: 22.04.2020). – Текст: электронный.
4. Волошина, А. Как увеличить прибыль и узнать все о Целевой Аудитории своего сайта / А. Волошина // ConvertMonster: агентство интернет-маркетинга: [блог]. – URL: <https://convertmonster.ru/blog/marketing-blog/celevaj-auditorija-sajta/> (дата обращения: 22.04.2020). – Текст: электронный.

УДК 530.12

Диана Викторовна Красавцева
обучающаяся 1-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ОСНОВЫ ТЕОРИИ ОТНОСИТЕЛЬНОСТИ

Вначале вспомним, что концепция света Френеля включала признание существования эфира, заполняющего все пространство и проникающего во все тела, в котором распространялись световые волны. Концепция света Максвелла понятие эфира сделала ненужным. Несмотря на это, концепция эфира не сошла с арены физики.

Дело заключалось в том, что уравнения электродинамики Максвелла были справедливыми в одной системе координат и несправедливыми в другой, движущейся прямолинейно и равномерно относительно первой. Классическая механика, исходившая из признания существования абсолютного времени, единого для всех систем отсчета и любых наблюдателей, признавала, что расстояние между двумя точками пространства должно иметь одно значение во всех системах координат, используемых для определения положения тел в пространстве (т. е. данное расстояние является инвариантом).

Галилей, заложивший начало современных представлений о законах движения тел, первым подверг сомнению представления аристотелевской физики. Скатывая по гладкому откосу шары разного веса, Галилей установил,

что скорость увеличивается независимо от веса тела – на катящееся тело всегда действует одна и та же сила (вес тела), в результате чего скорость тела возрастала. Это означало, что приложенная к телу сила не просто заставляет это тело двигаться (как полагали до Галилея), а изменяет скорость тела. Ньютон на основе произведенных Галилеем измерений вывел законы движения.

Первый закон: всякое тело пребывает в состоянии покоя или равномерного прямолинейного движения до тех пор, пока действующие на него силы не изменят это состояние. Второй закон: произведение массы тела на его ускорение равно действующей силе, а направление ускорения совпадает с направлением силы. Третий закон: действию всегда соответствует равное и противоположно направленное действие (иначе: действия двух тел друг на друга всегда равны по величине и направлены в противоположные стороны).

Кроме этих законов Ньютоном открыт закон всемирного тяготения: всякое тело притягивает любое другое тело с силой, пропорциональной массам этих тел. Чем дальше находятся тела друг относительно друга, тем меньше сила взаимодействия. Гравитационная сила притяжения звезды составляет четвертую часть силы притяжения такой же звезды, расположенной на вдвое меньшем расстоянии. Данный закон позволяет с большой точностью вычислять орбиты планет [1].

Если для Аристотеля состояние покоя считалось предпочтительным (если на тело не действует какая-то сила), то из законов Ньютона следовало, что единого эталона покоя нет. Это значит, что можно считать тело А движущимся относительно покоящегося тела В и, наоборот, считать тело В движущимся относительно покоящегося тела А. Отсюда следует, что невозможно определить, имели ли место два события в одной точке пространства, если они произошли в разные моменты времени. Иначе говоря, никакому событию нельзя приписать абсолютного положения в пространстве (как считал Аристотель). Это вытекало из законов Ньютона. Но это противоречило идее абсолютного бога. Поэтому Ньютон не признавал отсутствия абсолютного пространства, т. е. того, что следовало из открытых законов.

Общим для Аристотеля и Ньютона было признание абсолютного времени – оба полагали, что время между двумя событиями можно измерить однозначно и что результат не зависит от того, кто осуществляет измерения, лишь бы были в наличии у измеряющего правильные часы. Время считалось полностью отделенным от пространства и не зависящим от него.

В 1676 г. за одиннадцать лет до выхода «Математических начал натуральной философии» Ньютона, датский астроном О.Х. Ремер установил, что свет распространяется с конечной, хотя и очень большой скоростью. Но лишь Д.К. Максвеллу, создателю классической электродинамики, удалось объединить две частные теории, описывавшие электрические и магнитные силы. Согласно сформулированным Максвеллом уравнениям, описывающим

электромагнитные явления в произвольных средах и в вакууме, в электромагнитном поле могут существовать распространяющиеся с постоянной скоростью волны: радиоволны с длиной метр и более; волны сверхвысокочастотного диапазона с длиной порядка сантиметра; волны инфракрасного диапазона с длиной до десяти тысячных сантиметра; волны видимого сектора с длиной сорок – восемьдесят миллионных долей сантиметра; волны ультрафиолетового, рентгеновского и гамма-излучения с длиной волны еще более короткой.

Следующий шаг сделал А. Эйнштейн созданием специальной теории относительности, из которой вытекало, что при условии отказа от понятия абсолютного времени нет никакой надобности в эфире. Чуть позже аналогичную позицию высказал и А. Пуанкаре [2].

Специальная теория относительности основывалась на постулате относительности: законы науки должны быть одинаковыми для всех свободно движущихся наблюдателей независимо от скорости их движения. Это означало, что скорость света для любых наблюдателей, независимо от их скорости движения, должна быть одинаковой. Важно отметить два следствия, вытекавшие из данного постулата. Первое – закон эквивалентности массы и энергии. Второе – закон, по которому ничто не может двигаться быстрее света.

Специальная теория относительности имеет дело с инерциальными системами координат, принцип относительности рассматривается применительно к прямолинейному и равномерному движению. Что же касается непрямолинейного или ускоренного движения, то принцип относительности в его прежней формулировке здесь оказывается несправедливым, ибо в движущейся ускоренной системе координат механические, оптические и электромагнитные явления протекают не так, как в инерциальных системах отсчета. Правильное описание этих физических явлений, учитывающее влияние на них ускорения, оказалось возможным на основе использования криволинейных координат в четырехмерном пространстве (четырёхмерном пространственно-временном континууме Минковского).

Эйнштейн предположил, что особенность сил тяготения заключается в том, что они всегда пропорциональны массе тела, на которое они действуют. Отсюда следовало, что все тела при одних и тех же начальных условиях движутся в поле тяготения независимо от массы или заряда, т. е. их траектория движения не зависит от свойств движущегося тела, а определяется свойствами поля тяготения. Это позволяет влияние поля тяготения, действующего в определенной части пространства, учитывать путем введения локальной кривизны

четырёхмерного пространства. В специальной теории относительности четырёхмерный пространственно-временной континуум является эвклидовым (плоским) [3].

Можно предположить, что четырёхмерное пространство может быть и неэвклидовым, т. е. обладать переменной кривизной. В этом случае определение тела в пространстве возможно лишь с помощью криволинейной системы координат. Таким образом, под действием сил тяготения тела изменяют свои размеры и время течёт в зависимости от величины этих сил, т. е. поле тяготения меняет свойства пространства и времени.

Электромагнитное поле существует в пространстве и времени, а гравитационное поле выражает геометрию пространства и времени. В соответствии с общей теорией относительности геометрия Евклида применима лишь к пустым пространствам, где нет тяжёлых тел. Вблизи же тяжёлых тел пространство изогнуто [3].

Общая теория относительности – общая физическая теория пространства, времени и тяготения – явилась новым этапом в развитии теории тяготения. Эйнштейн характеризовал отличие новой теории тяготения от старой следующим образом:

1. Гравитационные уравнения общей теории относительности могут быть применены к любой системе координат. Выбрать какую-либо особую систему координат в специальном случае – дело лишь удобства. Теоретически допустимы все системы координат. Игнорируя тяготение, мы автоматически возвращаемся к инерциальной системе специальной теории относительности.

2. Ньютонов закон тяготения связывает движение тела здесь и теперь с действием другого тела в то же самое время на далеком расстоянии. Этот закон стал образцом для всего механического мировоззрения. Но механическое мировоззрение потерпело крах. В уравнениях Максвелла мы создали новый образец для законов природы.

Они связывают события, которые происходят теперь и здесь, с событиями, которые происходят немного позднее и в непосредственном соседстве. Суть закона описывается в электромагнитном поле. Наши новые гравитационные уравнения принимают закон структурный, описывающий изменение поля тяготения. Схематически мы можем сказать: переход от ньютоновского закона тяготения к общей теории относительности до некоторой степени аналогичен переходу от теории электрических жидкостей и закона Кулона к теории Максвелла.

Наш мир неевклидов. Геометрическая природа его образована массами и их скоростями. Гравитационные уравнения общей теории относительности стремятся раскрыть геометрические свойства нашего мира.

Итак, механическая картина мира оказалась несостоятельной в силу того, что было невозможно объяснить все явления, исходя из предположения о действии между неизменными частицами простых сил. Попытки перехода от механических представлений к понятию поля были успешными в области электромагнитных явлений. Структурные законы, сформулированные для электромагнитного поля, связали события, смежные в пространстве и времени. Это были законы специальной теории относительности. Общая теория относительности сформулировала структурные законы, описывающие поле тяготения между материальными телами, она обратила внимание на ту роль, которую играет геометрия в описании физической реальности [3].

В настоящее время специальная теория относительности подтверждена экспериментально. Так, например, предсказанное этой теорией увеличение массы электронов при приближении их к скорости света подтвердилось неоднократно. Эквивалентность массы и энергии также доказана экспериментами в ядерной физике. Что же касается общей теории относительности, то столь же убедительные экспериментальные доказательства ее истинности отсутствуют. Многие физики пока не считают достаточно убедительными факты, приводимые в ее пользу: малое вековое смещение перигелия Меркурия, слабое отклонение проходящих вблизи Солнца световых лучей интерпретируются по-разному.

Более убедительным представляется аргумент, связанный с измерением красного смещения спектральных линий, которые излучаются спутником Сириуса. Однако единственный аргумент не является доказательством достоверности. Данная теория не является законченной. Существуют различные точки зрения на понимание сущности общей теории относительности, отличные от эйнштейновской. Вместе с тем данная теория является одним из самых выдающихся теоретических построений, демонстрирующих внутреннюю логическую стойкость и вносящих в физику множество многообразных идей.

Также важно зафиксировать еще раз следующий факт. Существуют вещество и поле как различные физические реальности. Попытки физиков XIX в. построить физику на основе только понятия вещества оказались несостоятельными. Построить физику на основе лишь понятия поля пока не удалось. Так что во всех теоретических построениях приходится признавать обе реальности. Но в связи с этим встает проблема взаимодействия элементарных частиц с полем. Попытки решения этой проблемы приводят к квантовой физике.

Библиографический список

1. Спасский, Б.И. История физики. Т. 2. Ч. 2 / Б.И. Спасский. – Москва: Высшая школа, 2007. – 309 с. – Текст: непосредственный.

2. Визгин, В.П. Релятивистская теория тяготения (истоки и формирование, 1900–1915) / В.П. Визгин. – Москва: Наука, 2001. – 352 с. – Текст: непосредственный.

3. Вейль, Г. Пространство. Время. Материя: лекции по общей теории относительности / Герман Вейль. – Москва: УРСС, 2004. 455 с. – Текст: непосредственный.

УДК: 004.93

Владимир Евгеньевич Мешков

канд. техн. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Алина Павловна Растворова

обучающаяся 4-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ФОРМИРОВАНИЕ БАЗЫ ДАННЫХ СИНОНИМОВ НА ОСНОВЕ ПАРСИНГА СВОБОДНЫХ РЕСУРСОВ ИНТЕРНЕТА

Автоматический сбор данных в Сети является очень востребованным в разных сферах деятельности. Он применяется в сборе данных по ценам на различные товары и услуги, продвижении ресурса для получения статистики запроса поисковых систем, для автоматического сбора и пополнения контента различных сайтов, создания баз документов для различных целей. Также автоматический сбор данных применяется для поддержания актуальности информации.

Задача анализа и автоматического сбора данных иначе называется парсингом. Парсер – программа, реализующая парсинг заданных ресурсов с целью получения нужных данных. Главной особенностью парсера является работа с синтаксисом. Назначение его может быть различным: получение заданной информации с тематических сайтов в автоматическом режиме, обработка данных с целью быстрого получения заданных выражений.

Парсер способен распознать нужную информацию в остальном информационном массиве и обработать ее в соответствии с поставленной задачей.

Извлечение данных из интернет-источников специфично тем, что сайты и веб-страницы, несмотря на схожесть, довольно многообразны. Также отсутствует единый стандарт построения сайтов, большинство имеющихся стандартов носит рекомендательный характер. Поэтому на структуру кода веб-страницы влияют такие факторы, как фантазия веб-дизайнера и умение веб-мастеров. Как информация на ресурсе, так и его внешний вид постоянно изменяются. Поэтому построенные парсеры приходится периодически обновлять, так как изменение исходных ресурсов, с которых собирается информация, может сделать программу работающей некорректно или не работающей.

Парсеры, готовые или написанные на заказ для решения различных задач, очень востребованы в Сети. Как и вообще задача автоматического сбора информации. Потому что накопление информации делает необходимыми постоянную автоматическую обработку и сбор. Сбор информации актуален в продвижении ресурса (SEO-оптимизация) для получения статистики запроса поисковых систем, для автопополнения контента различных сайтов, создания баз документов для различных целей, например, для рерайтинга. Также автоматический сбор информации (парсинг) применяется для поддержания актуальности информации, наполнения баз данных свежей актуальной информацией, например, о текущих ценах на определенный вид товаров.

Парсер – это программа, главной особенностью которой является работа с синтаксисом. Назначение ее может быть различным: получение заданной информации с тематических сайтов в автоматическом режиме, обработка данных с целью быстрого получения заданных выражений. Применительно к задаче данной работы, сбор информации с других ресурсов (торговой площадки) возможен с помощью специализированных скриптов – парсера новостей или граббера контента сайтов. Парсить – значит разбирать какой-либо документ (в основном, html или xml) на составляющие части и обрабатывать их, согласно конечной цели.

Синтаксический анализ (парсинг) – это процесс сопоставления линейной последовательности лексем (слов, токенов) языка с его формальной грамматикой. Результатом обычно является дерево разбора (синтаксическое дерево). Обычно применяется совместно с лексическим анализом. Синтаксический анализатор (парсер) – это программа или часть программы, выполняющая синтаксический анализ [1].

Парсинг обозначает проведение визуального или программно-автоматизированного синтаксического и лексического анализа или разбора какого-либо документа с целью извлечения из него необходимых данных. Парсеры – это и различные автоматизированные переводчики с одного языка на другой, это и трансляторы языков программирования, которые формируют программный код на машинно-ориентированный язык, это и язык SQL-запросов и тому подобные процессы [2].

Автоматический сбор (парсинг) контента – распространенная и востребованная задача, например, запросы на услуги парсинга популярны на фриланс-биржах. Также популярны парсеры, предназначенные для работы со статистикой запросов, применяемые оптимизаторами для продвижения ресурса.

Теперь перейдем к анализу проблем в нашей предметной области, т. е. к задаче парсинга словарей синонимов русского языка.

В Интернете достаточно много онлайн-словарей синонимов, но все они используют свои базы данных, к которым обращаются с запросом динамически. Например, на рис. 1 показан фрагмент головной страницы типичного словаря синонимов русского языка «SINONIM» [3].

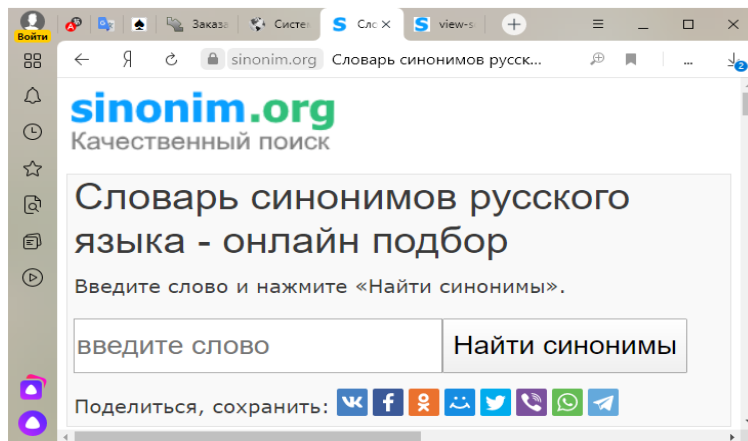


Рис. 1. Фрагмент головной страницы типичного словаря синонимов русского языка «SINONIM»

В ответ на запрос (например, синонимы слова «абажур»), система выдает результат в виде таблицы, фрагмент которой показан на рис. 2.

 A screenshot of the search results page for the word "абажур". The page shows a table with three columns: "Синоним, №", "Начальная форма", and "Частота". The table lists two results: "светильник (28)" with a frequency of 8.2, and "колпак (39)" with a frequency of 8.1.

Синоним, №	Начальная форма	Частота
1 светильник (28)	светильник	8.2
2 колпак (39)	колпак	8.1

Рис. 2. Результат запроса

Судя по анализу кода страницы, при поиске синонимов в данной системе вызывается скрипт, который и обрабатывает запрос к базе данных. Таким образом, в большинстве существующих онлайн-словарей постой парсинг не будет эффективным. Мы сможем получить только часть базы данных в соответствии с запросом (рис. 3).

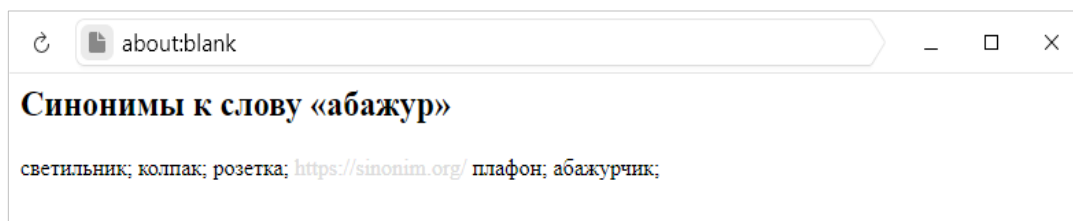


Рис. 3. Фрагмент базы данных

Для решения проблемы возможно воспользоваться специальными программами, которые позволяют парсить контент, не включенный в код страницы [4]. Подобные программы позволяют составлять сценарии парсинга, причем в сценарии можно реализовать такие действия, как:

- нажатие кнопки на сайте;
- заполнение формы;
- переход на новую страницу и ряд других действий, обеспечивающих диалог с системой.

Примером такого подхода служит программа SbFactory [4].

Главная страница SbFactory показана на рис. 4.

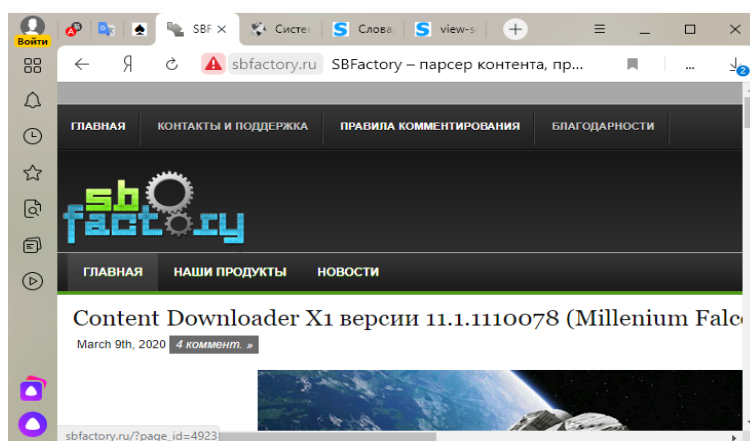


Рис. 4. Главная страница SbFactory

В результате работы со специальными средствами парсинга был сформирован текстовый файл формата *.txt.

Данный файл и был конвертирован в базу данных типа mySql.

Таким образом, полученная база данных позволяет реализовать собственный словарь синонимов с возможностью его сопровождения (пополнение, модификация).

Библиографический список

1. Синтаксический анализ // Википедия: свободная энциклопедия: [сайт]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Синтаксический_анализ (дата обращения: 23.04.2020). – Текст: электронный.
2. Парсер. Редактирование постов // Wiki.dirty: [сайт]. – URL: <https://d3.ru/search/?query=парсер> (дата обращения: 23.04.2020). – Текст: электронный.
3. Словарь синонимов русского языка – онлайн-подбор // Sinonim.org: качественный поиск: [сайт]. – URL: <https://sinonim.org/> (дата обращения: 23.04.2020). – Текст: электронный.
4. Content Downloader X1 версии 11.1.1110078 (Millenium Falcon) // SbFactory – парсер контента: [сайт]. – URL: <http://sbfactory.ru> (дата обращения: 23.04.2020). – Текст: электронный.

Владимир Владимирович Семенов

канд. техн. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Екатерина Андреевна Критина

обучающаяся 2-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОПУСКНОЙ СПОСОБНОСТИ ЛОКАЛЬНЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ СЕТЕЙ С РАЗЛИЧНОЙ ЛОГИЧЕСКОЙ СТРУКТУРОЙ

Наиболее распространенной современной сетевой технологией для организации локальных вычислительных сетей (ЛВС или LAN – LocalAreaNetwork) является Ethernet, обеспечивающая наибольшую простоту протоколов работы и управления сетью, низкую стоимость коммуникационных устройств и широкие возможности оперативного наращивания числа рабочих станций [1].

Принципиальной особенностью данной технологии является случайный доступ к общей разделяемой среде. Такой метод доступа обеспечивает предельную простоту алгоритма работы сети, однако при повышении нагрузки на сеть возрастает количество возникающих коллизий, вызывающих необходимость повторной передачи кадров, что в итоге приводит к увеличению задержки передаваемых сигналов и ограничивает величину передаваемого сетевого трафика до (30–40) % от номинальной пропускной способности [2].

Единая разделяемая среда, соответствующая логической «общей шине», формируется в сети, сегменты которой объединяются повторителями или мультиплексорами. При этом в сети одновременно могут передаваться сигналы лишь одной рабочей станции, то есть образуется общесетевой домен коллизий. Это не адекватно условиям работы разветвленных локальных сетей, состоящих из нескольких сегментов, у которых значительная часть генерируемого трафика, как правило, замыкается внутри собственного сегмента [3].

Пропускная способность сети может быть повышена с помощью логической структуризации, разделяющей всю сеть на несколько доменов коллизий при помощи мостов, коммутаторов или маршрутизаторов.

В данной работе исследуется передача трафика в локальной вычислительной сети с единой разделяемой средой и в сети с логической структуризацией.

Исследование проводится с помощью пакета программ CiscoPacketTracer, позволяющего эмулировать процессы, происходящие в компьютерных сетях при передаче информационного трафика.

CiscoPacketTracer (CPT) – это пакет программ для эмуляции работы компьютерных сетей, разработанный компанией Cisco. Пакет программ позволяет создавать визуальные модели сети, производить настройку элементов этой сети при помощи графического интерфейса и команд Cisco IOS. Пакет позволяет эмулировать работу конкретных сетевых и пользовательских устройств: коммутаторов Cisco серии 2950, 2960, 3650, маршрутизаторов 1800, 2600, 2800, серверов DHCP, HTTP, TFTP, FTP, рабочих станций, предоставляет возможности установки различных модулей расширения в компьютеры, коммутаторы и маршрутизаторы.

Пакет программ позволяет создавать макеты компьютерных сетей довольно сложных топологий, проверять работоспособность и проводить исследования сетей.

Рассмотрим основные возможности CiscoPacketTracer. Пакет CiscoPacketTracer выполняет следующие основные функции, позволяющие исследовать принципы построения и функционирования компьютерных сетей с применением различных активных сетевых коммуникационных и пользовательских устройств:

- визуальное построение сети, содержащей активное оборудование (коммутаторы, маршрутизаторы, точки доступа), оконечные устройства (сервера, рабочие станции, телефонные аппараты) и линии связи (оптоволоконный кабель, витая пара, коаксиальный кабель, радиолнии);
- настройка активного оборудования через консоль (клавиатуру) по интерфейсу командной строки CLI (CommandLineInterface) 3 – методом, реально используемым в современном оборудовании;
- настройка основных параметров активного оборудования через графический интерфейс;
- добавление модулей активных устройств (сетевые карты, модули для Cisco и т. д.) в среде эмуляции, аналогичное подключению дополнительных модулей в реальном оборудовании;
- эмуляция включения и настройки различных сервисов в рабочих станциях (почта, веб, командная строка и т. д.) и демонстрация их работы;
- наблюдение за прохождением пакетов по сети и поддержка нескольких десятков различных протоколов в визуальном режиме;
- создание физической схемы сети (в пределах стойки, комнаты, этажа, здания, города).

Далее рассмотрим неструктурированную сеть. В неструктурированной сети пакеты, передаваемые от PC3, распространяются по всей сети и поступают на входы всех конечных пользователей (рис. 1).

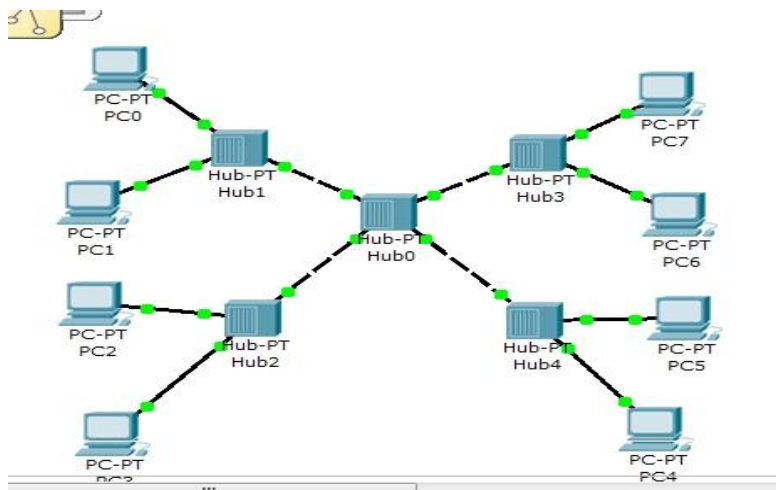


Рис. 1. Неструктурированная сеть

При этом на всех компьютерах, кроме компьютера назначения PC7, полученные сообщения помечаются красными крестиками. Оценим качество работы сети, передав контрольный поток от PC1 к PC8 ($n=100$).

Параметр « n » позволяет задать количество передаваемых эхо-запросов. Чем больше пакетов отправить, тем более точную статистику можно получить. В пределе (при $n \rightarrow \infty$) можно осуществить переход от коэффициента потерянных пакетов к вероятности потери пакета.

Отправим 100 эхо-запросов от PC1 к PC8, чтобы оценить исходное качество работы сети по числу потерянных пакетов.

Включим генератор трафика на компьютере PC3 (узел назначения – PC4, число импульсов – 350, период повторения – 0,015 с).

В результате передачи потока зафиксируем в процентах соотношение числа потерянных пакетов к числу переданных, а также среднее время прохождения пакета через сеть (табл. 1).

Таблица 1

Результаты измерений данных по пакетной передаче
для неструктурированной сети

Испыта- ние	Задача	Направление трафика	Параметры сигнала	Процент потерянных пакетов	Задержка средняя	Джиттер*
1	Проверка исходного состояния сети	PC7-PC4	ping; $n=100$; $N=32$	0 %	11 мс	
2	Передача информационного потока	PC7-PC4	ping; $n=100$; $N=32$	9 %	9 мс	
		PC6-PC5	Traffic Gen- erator $s=350$; $T=0,002$ с			

В пакете CiscoPacketTracer сетевой трафик представляет собой псевдо-случайные импульсные последовательности, структура и временные соотношения между которыми устанавливаются программой эмуляции. При этом не обеспечивается независимость сигналов, передаваемых с разных устройств. Тем не менее, проводимые в работе исследования позволяют оценить общие закономерности передачи сообщений в локальных вычислительных сетях.

На рис. 2 мы можем наблюдать, что скорость высокая, но есть потери.

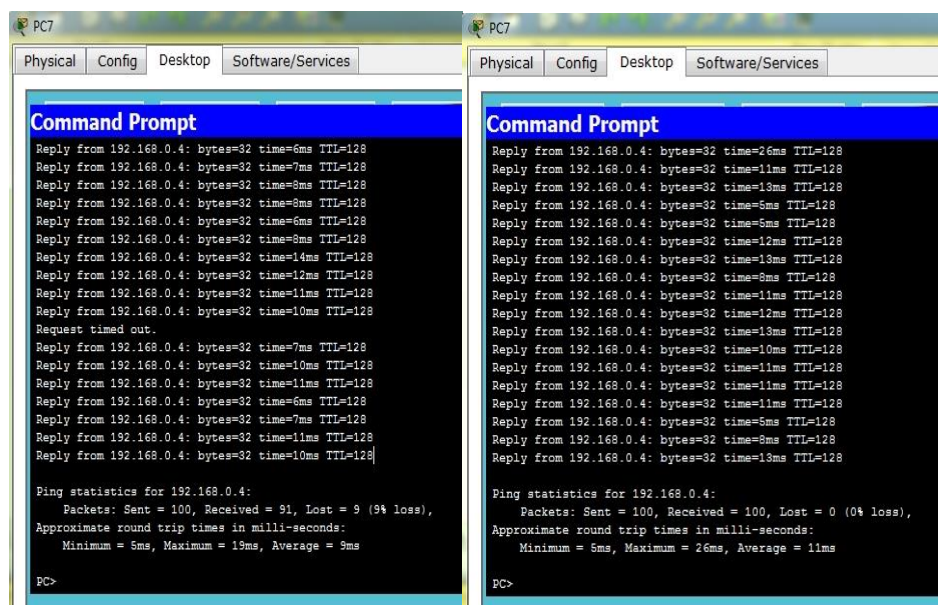


Рис. 2. Результаты опроса в неструктурированной сети

Повысить пропускную способность локальной вычислительной сети можно путем логической структуризации.

Для этого выполним логическую структуризацию сети.

1. Заменяем центральный концентратор коммутатором 2950-24.
2. Соединим концентраторы с коммутатором перекрестными кабелями.
3. Убедимся, что сеть находится в рабочем состоянии. Маркеры портов коммутатора последовательно изменили красный цвет сначала на оранжевый, потом на зеленый. С компьютера PC1 доступны другие узлы сети.

На рис. 3 показана топология частично структурированной сети при замене центрального концентратора на коммутатор.

Как видно из рис. 3, за счет центрального концентратора коммутатором вся сеть разделилась на четыре логических сегмента (четыре коллизийных домена).

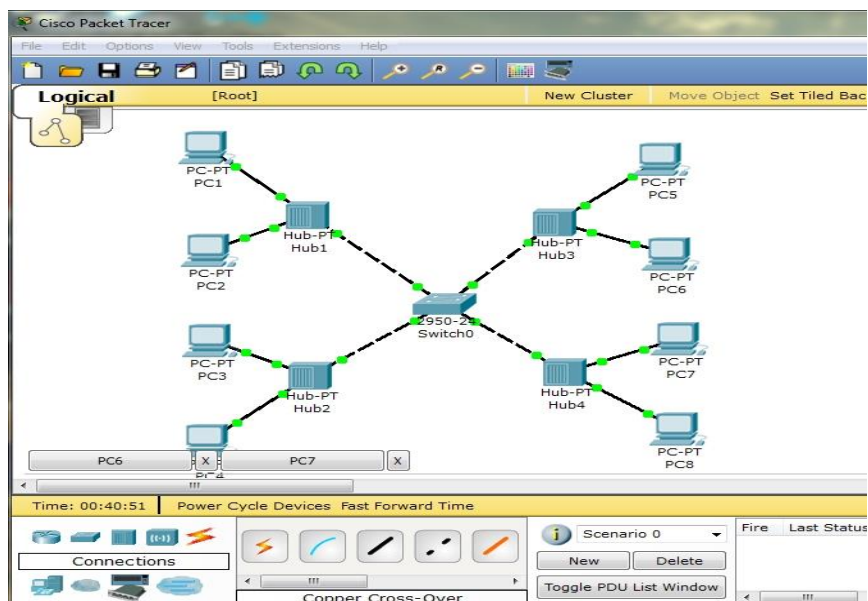


Рис. 3. Топология частично структурированной сети при замене центрального концентратора на коммутатор

Проведем исследование качества передачи трафика в частично структурированной сети. Запустим контрольный поток от PC1 на PC8 при помощи команды ping с параметром -n, равным 100. Определили число потерянных пакетов. Далее включим TrafficGenerator на PC3 в режиме ping на PC4 (N=350, T=0,015 с) и включим контрольный поток от PC1 на PC8 для определения числа потерянных пакетов (табл. 2).

Таблица 2

Результаты измерений данных по пакетной передаче для частично структурированной сети

Испытание	Задача	Направление трафика	Параметры сигнала	Процент потерянных пакетов	Задержка средняя	Джиттер*
1	Проверка исходного состояния сети	PC7-PC4	ping; n=100; N=32	0 %	12 мс	
2	Передача информационного потока	PC7-PC4	ping; n=100; N=32	0 %	11 мс	
		PC6-PC5	Traffic Generator s=350; T=0,002 с			

В результате эксперимента мы можем наблюдать, что у нас уже нет потерь, но время задержки немного увеличилось (рис. 4).

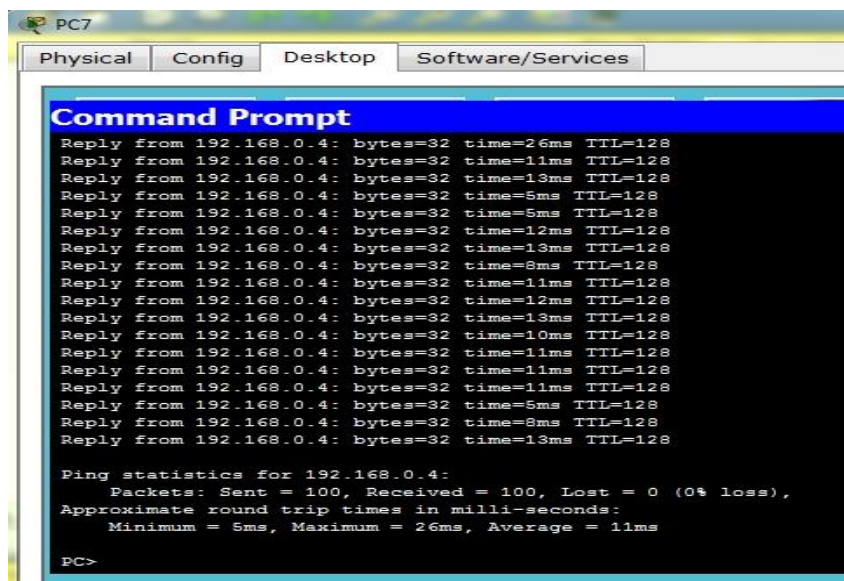


Рис. 4. Результаты опроса в частично структурированной сети

Теперь проведем исследование полностью структурированной сети. Для этого заменим все концентраторы сети на коммутаторы Cisco 2950-24 (рис. 5).

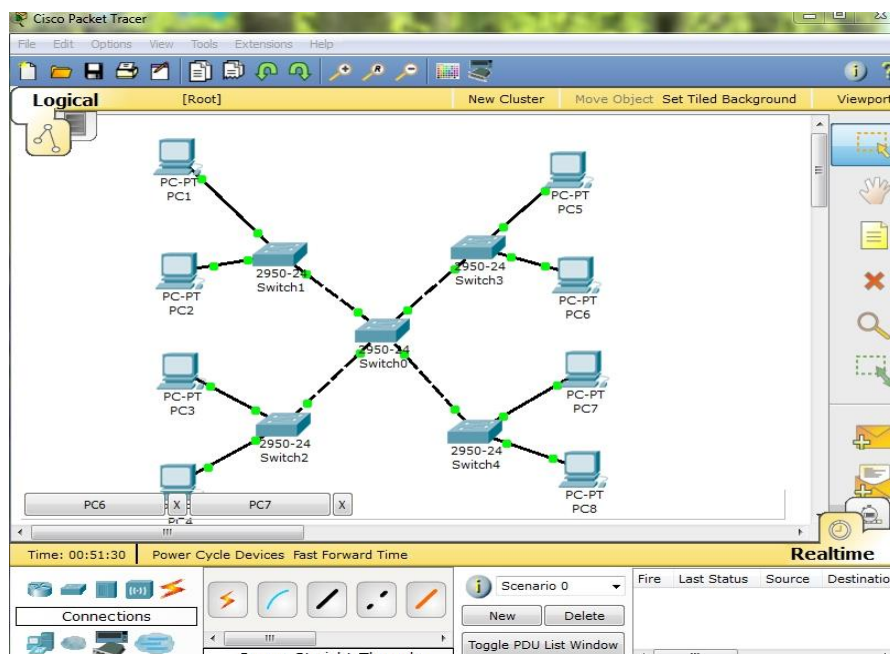


Рис. 5. Полностью структурированная сеть

В табл. 3 показаны полученные измерения для полностью структурированной сети.

Таблица 3

**Результаты измерений данных по пакетной передаче
для полностью структурированной сети**

Испытание	Задача	Направление трафика	Параметры сигнала	Процент потерянных пакетов	Задержка средняя	Джиттер*
1	Проверка исходного состояния сети	PC7-PC4	ping; n=100; N=32	0 %	16 мс	
2	Передача информационного потока	PC7-PC4	ping; n=100; N=32	0 %	15 мс	
		PC6-PC5	Traffic Generator s=350; T=0,002 с			

Результат опроса в полностью структурированной сети представлены на рис. 6.

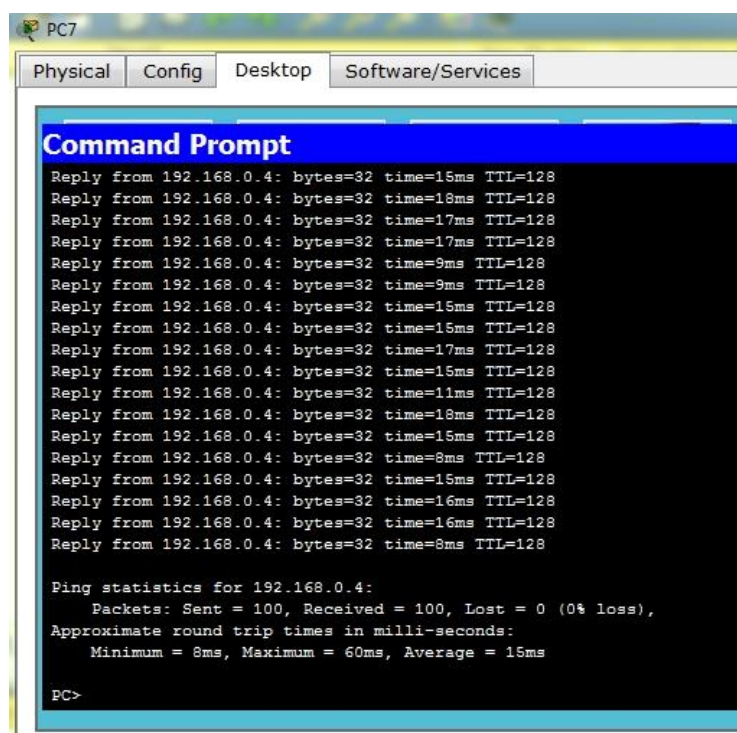


Рис. 6. Результаты опроса в полностью структурированной сети

Следовательно, при использовании коммутаторов в локальной сети мы получим устойчивую к коллизиям сеть. Для этой сети количество потерь будет минимальным, так как каждый пакет будет достигать нужного компьютера без необходимости транслирования пакета на все порты.

В заключение можно отметить следующее. Первая, неструктурированная, сеть работает с потерями, но с маленькой задержкой. Вторая, частично структурированная, сеть с центральным хабом-свич работает без потерь, но чуть дольше. И последняя, полностью структурированная, сеть работает без потерь и дольше по сравнению с первыми двумя.

Библиографический список

1. Олифер, В. Основы сетей передачи данных / В. Олифер, Н. Олифер // ИНТУИТ: национальный открытый университет: [сайт]. – URL: <https://www.intuit.ru/studies/courses/1/1/lecture/16> (дата обращения: 22.04.2020). – Текст: электронный.

2. Основы компьютерных сетей. Тема 1: Основные сетевые термины и сетевые модели // Хабр: [сайт]. – URL: <https://habr.com/ru/post/307252/> (дата обращения: 22.04.2020). – Текст: электронный.

3. Плоткин, М.А. Методическое руководство для проведения цикла лабораторных работ по курсу «Сети связи и системы коммутации»: учебно-методическое пособие / М.А. Плоткин, И.А. Шарков, И.Г. Дейнека. – Санкт-Петербург: университет ИТМО, 2016. – 90 с. – Текст: непосредственный.
УДК 504.5: 628.4.043

Наталья Михайловна Сидоркина

канд. техн. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Дарья Александровна Михайлова

обучающаяся 3-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

«HIGH-TECH»-МУСОР КАК НАИБОЛЕЕ ОПАСНЫЙ ВИД АНТРОПОГЕННОГО ЗАГРЯЗНЕНИЯ БИОСФЕРЫ В ЭПОХУ НАНОТЕХНОЛОГИЙ

Одной из наиболее острых экологических проблем в настоящее время является загрязнение окружающей среды.

С момента своего появления на Земле человек стал оказывать прямое или косвенное влияние на биосферу. В пространственном отношении биосфера охватывает все пространство с условиями, пригодными для жизни, которое называется антропогенным. В самом начале нашего существования оно было настолько незначительным, что ни на что не могло повлиять. Но в дальнейшем, с развитием и увеличением численности населения, все поменялось. У человечества появились потребности не только во всем самом необходимом для поддержания жизни, но и в повышении ее качества [1].

Можно выделить несколько направлений воздействия человека на биосферу:

- использование (изымаение) ресурсов;
- приспособление под свои нужды окружающей среды (осушение болот, постройка плотин);
- загрязнение (засорение, замусоривание) окружающей среды.

Загрязнение – это приводящее к отрицательным последствиям (по принятым экологическим критериям) попадание в биосферу новых, физических, химических, информационных или биологических объектов или значимое повышение их уровня относительно базового (определяемого для экосистем обычно по статистическим законам) [2, 3].

В последнее время одним из наиболее значимых факторов антропогенного загрязнения является мусор. Мусор и человечество – явления неразделимые и появились буквально одновременно. Другое дело, что за последние сто лет проблемы отходов сильно видоизменились: раньше они были связаны с недостаточным развитием цивилизации, теперь, наоборот, с «чрезмерным».

На протяжении всего существования человечества мусор был разным. Только за последние 100 лет наблюдаются его разные «эпохи».

Так, с конца XVIII века и до начала XX века была эпоха химического мусора, ее появление характеризуется промышленной революцией. Ученые синтезировали множество новых компонентов и соединений, необходимых для развития и поддержания промышленности, сельского хозяйства, медицины, оборонного комплекса. К сожалению, многие из этих веществ оказались очень ядовитыми и чрезвычайно стойкими, а их утилизация почти невозможной.

Заканчивается этот период в XX веке освоением атомной энергии, которая решала проблему недостаточности электричества для обеспечения всех нужд населения планеты. Но вот только разработка, производство и испытание атомного оружия и станций привело к появлению нового загрязнения – радиоактивного.

Конец XX и начало XXI века – это эпоха «high-tech»-мусора. Освоение космоса, микроэлектроника, развитие нанотехнологий послужило причиной разработки высоких технологий с компьютерами, гаджетами и телевизорами. «Остатки» всех этих благ, с одной стороны, почти не подвергаются утилизации и не разлагаются тысячелетиями, а с другой – содержат опаснейшие соединения и вещества. Из-за психологии одноразового использования у людей XXI века возникает угроза погибнуть под мусорными горами [3].

Что же человечество делает с этим мусором? В настоящее время у высокотехнологического мусора есть несколько путей: его складывают рядом с

собой, прячут в недоступном месте, «вывозят соседу», сжигают. Рассмотрим все эти пути по порядку.

Открытые мусорные свалки. На них мусор просто сваливается в кучу, чаще всего занимая значительную площадь. Основную их опасность можно увидеть на примере одной из крупнейших свалок – свалки на берегу Средиземного моря в пригороде Бейрута (Ливан). На ней высота мусорных гор достигала 50 метров. В теплом климате мусор быстро разлагался с выделением отравляющих, зловонных газов и жидких фракций, стекающих в море и в сточные воды. Течениями и ветрами мусор переносится по Средиземному морю на побережья других стран. Но главная опасность заключается в попадании пластмассы в пищевую цепочку обитателей морей и океанов. Множество исследований показало, что при движении пластика в океане к зонам его концентрации он не разлагается, а за год-два часть его превращается в полимерную пыль, которая попадает в окружающую среду, в организмы животных и растений. Основная вредность частиц пластикового наномусора появляется в результате адсорбции на его поверхности элементов гербицидов и пестицидов, продуктов горения и тяжелых металлов. Самая большая концентрация наблюдается у животных, находящихся на вершине трофической пирамиды морей и океанов. Большие частицы приносят не меньше вреда, они травмируют птиц и животных, а при их попадании в пищевод почти не оставляют шанса на выживание [3, 4].

Все же стоит отметить, что большинство открытых свалок не формируются стихийно. В развитых странах существуют законы и регламенты, за выполнением которых следит государство, которому чаще всего просто выгоднее вывезти мусор за пределы своей страны. Особенно это касается токсичного и ядовитого мусора века нанотехнологий.

В последнее десятилетие европейские страны во главе с США организовали централизованный вывоз «high-tech»-мусора в страны второго и третьего мира: Индию, Пакистан, в Латинскую Америку и Африку. Результатом таких действий послужило образование в этих странах внушительных территорий, на которых складированный токсичный мусор подвергается примитивной обработке.

Самой экологически загрязненной свалкой электроники является Агоглоши, расположенная в Африке, в северо-западном пригороде столицы Ганы г. Аккре. Местное население занимается ручной сортировкой мусора, разбивает мониторы, разламывает печатные платы и другую электронику, добывая из сломанной техники редкие металлы. Особенно ценятся алюминий и медь, которая добывается с помощью выжигания. Поэтому в Агоглоши постоянно горят костры. Во время горения электронных отходов выделяется большое количество вредных веществ, в результате за час в почву попадает

до 300 кг ртути, соляной кислоты, мышьяка, тяжелых металлов. Здесь не растёт трава, в воде нет рыбы, на свалки Агбоглоши не залетают даже птицы, которых на других свалках всегда большое количество. Свинец, ртуть, мышьяк попадают в лёгкие местных жителей и причиняют огромный вред их здоровью. Жители Аккры жалуются на головную боль, бессонницу и тошноту. Средний возраст населения составляет 12-20 лет, а средняя продолжительность жизни 30 лет.

Захоронение мусора под землёй в настоящее время считается одним из лучших способов изоляции «мусорного тела». Предполагается, что если мусор закопать, то через некоторое время он разложится и перестанет представлять угрозу. На практике же «high-tech»-мусор не может разложиться даже в течение сотни лет. А разложение другого мусора влечет к возгоранию и деформации «тела», что приводит к обрушению защитного слоя и загрязнению сточных вод и окружающей среды.

Сжигание мусора испокон веков считалось лучшим методом избавления от него, однако современный мусор не так прост. В настоящее время работа мусоросжигающей печи также сопровождается образованием продуктов сжигания (зола и дым), только они являются намного токсичнее исходного мусора. Причиной является образование галогенизированных диоксинов. При сжигании мусора в молекулу встраиваются элементы, чаще всего хлор, что придаёт диоксинам высокотоксичные свойства. При сжигании мусора образуется два вида золы – так называемая топочная, или печная (её 90 %), и летучая (её 10%), в которой содержание диоксинов в сотни раз выше, а сама она существует в виде микрочастиц. Также стоит заметить, что вся зола содержит тяжелые металлы, но, несмотря на это, она используется для производства шлакобетона. Сами диоксины, попадая в организм, не могут быть выведены из-за отсутствия соответствующих ферментов. Только женщины с рождением ребенка избавляются от значительной части диоксинов, так как они при беременности начинают концентрироваться в плоде. Японские ученые, проводившие исследования, в которых сравнивали зараженные и незараженные диоксинами территории во Вьетнаме, обнаружили, что в зараженных областях риск рождения детей с физическими отклонениями в 12 раз выше, а с умственными – в 3 раза выше.

Особенностью антропогенного загрязнения биосферы в эпоху нанотехнологий становится появление принципиально нового вида мусора, неразлагающегося в естественных условиях и от которого невозможно избавиться традиционными методами. В настоящее время «high-tech»-мусор уже является неотъемлемой составляющей цивилизации, которая из-за неправильного обращения с ним подходит к «точке невозврата», после которой вернуть биосферу в состояние, пригодное для жизни людей, окажется невозможным. Такой мусор должен рассматриваться как полезные ископаемые нового типа.

Необходима разработка возвращения уже накопленного высокотехнологического мусора в производственный процесс в качестве сырья. При разработке новых технологий основной упор следует делать на утилизацию отслуживших свой срок изделий.

Библиографический список

1. Биосфера // Википедия: свободная энциклопедия: [сайт]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Биосфера> (дата обращения: 20.04.2020). – Текст: электронный.

2. Загрязнение // Википедия: свободная энциклопедия: [сайт]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Загрязнение> (дата обращения: 20.04.2020). – Текст: электронный.

3. Понятие о состоянии природной среды и ее загрязнении. // Глобальные проблемы человечества: [сайт]. – URL: http://globaltrouble.ru/tekhnogenez_global_nye_i_regional_nye_proyavleniya/ponyatie_o_sostoyanii_prirodnoy_sredy_i_ee_zagryaznenii.html (дата обращения: 20.04.2020). – Текст: электронный.

4. Загрязнение пресных вод и Мирового океана. // Экология [сайт]. – Волгоград, 2007. – URL: <http://biol2007.narod.ru/document/vodi.htm> (дата обращения: 27.10.2013). – Текст: электронный.

УДК 613.2

Мадина Бахтиеровна Турсунова
обучающаяся 3-го курса ИТ (филиал) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ПИЩА КАК ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКТОР

Каждый человек знает, что пища необходима для нормальной жизнедеятельности организма. В течение всей жизни в организме человека непрерывно совершается обмен веществ и энергии. Источником необходимых организму строительных материалов и энергии являются питательные вещества, поступающие из внешней среды, в основном, с пищей. Если пища не поступает в организм, человек чувствует голод. Но голод, к сожалению, не подскажет, какие питательные вещества и в каком количестве необходимы человеку. Врачи утверждают, что полноценное рациональное питание – важное условие сохранения здоровья и высокой работоспособности взрослых, а для детей еще и необходимое условие роста и развития.

Для нормального роста, развития и поддержания жизнедеятельности организму необходимы белки, жиры, углеводы, витамины и минеральные соли в нужном ему количестве.

Нерациональное питание является одной из главных причин возникновения сердечно-сосудистых заболеваний, заболеваний органов пищеварения,

болезней, связанных с нарушением обмена веществ. Регулярное переедание, потребление избыточного количества углеводов и жиров – причина развития таких болезней обмена веществ, как ожирение и сахарный диабет. Они вызывают поражение сердечно-сосудистой, дыхательной, пищеварительной и других систем, резко понижают трудоспособность и устойчивость к заболеваниям, сокращая продолжительность жизни в среднем на 8–10 лет.

Рациональное питание – важнейшее и неперемное условие профилактики не только болезней обмена веществ, но и многих других. Пищевой фактор играет важную роль не только в профилактике, но и в лечении многих заболеваний. Специальным образом организованное питание, так называемое лечебное питание, – обязательное условие лечения многих заболеваний, в том числе обменных и желудочно-кишечных.

Лекарственные вещества синтетического происхождения, в отличие от пищевых веществ, являются для организма чужеродными. Многие из них могут вызвать побочные реакции, например аллергию, поэтому при лечении больных следует отдавать предпочтение пищевому фактору [1]. В продуктах питания многие биологически активные вещества обнаруживаются в равных, а иногда и в более высоких концентрациях, чем в применяемых лекарственных средствах. Вот почему с древнейших времен многие продукты, в первую очередь овощи, фрукты, семена, зелень, применяют при лечении различных болезней. Многие продукты питания оказывают бактерицидные действия, подавляя рост и развитие различных микроорганизмов. Так, яблочный сок задерживает развитие стафилококка, сок граната подавляет рост сальмонелл, сок клюквы активен в отношении различных кишечных, гнилостных и других микроорганизмов. Всем известны антимикробные свойства лука, чеснока и других продуктов. К сожалению, весь этот богатый лечебный арсенал не часто используется на практике. Рациональное питание предусматривает необходимость при составлении суточного рациона учитывать, с одной стороны, потребности организма в основных питательных веществах и энергии, с другой – содержание этих веществ и их энергетическую ценность [2]. Но теперь появилась новая опасность – химическое загрязнение продуктов питания. Появилось и новое понятие – экологически чистые продукты.

Азот – составная часть жизненно важных для растений, а также для животных организмов соединений, например, белков. В растения азот поступает из почвы, а затем через продовольственные и кормовые культуры попадает в организмы животных и человека. Ныне сельскохозяйственные культуры чуть ли не полностью получают минеральный азот из химических удобрений, так как навоза и других органических удобрений уже не хватает для обедненных азотом почв.

Излишек азотных удобрений ведет к снижению качества растительной продукции, ухудшению ее вкусовых свойств, снижению выносливости растений к болезням и вредителям, что, в свою очередь, вынуждает земледельца увеличивать применение ядохимикатов. Они также накапливаются в растениях. Употребление такой продукции может вызвать у человека серьезные отравления и даже смерть [3]. Особенно резко проявляется отрицательное действие удобрений и ядохимикатов при выращивании овощей в закрытом грунте. Это происходит потому, что в теплицах вредные вещества не могут беспрепятственно испаряться и уноситься потоками воздуха. После испарения они оседают на растения. Растения способны накапливать в себе практически все вредные вещества. Вот почему особенно опасна сельскохозяйственная продукция, выращиваемая вблизи промышленных предприятий и крупных автодорог.

Для эффективного решения создавшихся проблем продовольственной обеспеченности и безопасности необходимы:

- государственная поддержка разработок и использования экологически безопасных и ресурсосберегающих технологий, а также широкое применение новых натуральных биорегуляционных средств;
- четко отработанные межведомственные связи и научно-технические программы по сельскому хозяйству, пищевой и перерабатывающей промышленности, машиностроению, приборостроению, производству тары, упаковочных материалов, пищевых биологически активных веществ, натуральных биокорректоров и др.;
- разработка технологий товародвижения с учетом особенностей продовольствия, географических и климатических зон, времени года, национальных привычек и традиций;
- объективная оценка потребительной стоимости продукта с учетом назначения, качества, полезности, экологической и биологической безопасности, длительности и условий хранения;
- создание цивилизованных социально-экономических условий для соблюдения и обеспечения прав человека на пищу и адекватное питание;
- целенаправленная корректировка и улучшение химического состава сырья и основных пищевых продуктов;
- повышение гарантии безопасности для здоровья человека продовольственных ресурсов и пищевых лекарственных средств;
- увеличение урожайности растений и продуктивности убойных животных;
- детоксикация плодородных земель и снижение уровня загрязнения окружающей среды вредными для здоровья человека веществами;

– широкое использование открытий и новых научных достижений, в частности, наукоемких безопасных биотехнологий и биокорректоров [4].

В современных условиях продовольственная безопасность переросла в самостоятельное научно-практическое направление, нуждающееся в формировании и быстром развитии в локальных, государственных и мировых масштабах. Принцип «не навреди» для продовольственной сферы стал чрезвычайно актуальным, как и для современной экологии и медицины. Научно обоснованное обеспечение продовольственной безопасности населения требует разработки комплексных программ и мероприятий с учетом специальных исследований среды обитания, антропогенной деятельности, особенностей источников питания, состояния аграрной сферы, промышленности и структур, распределяющих и реализующих пищевую продукцию. Продовольственная безопасность отражает экономическое, социальное, правовое и биологическое состояние, а также степень независимости от других государств. В процессе анализа состояния продовольственной безопасности используют многочисленные показатели, критерии и категории. Основные из них: экологические характеристики окружающей среды, объемы внутригосударственного производства пищевой продукции, особенности функционирования распределяющих и реализующих структур, а также показатели в области обеспечения безвредности пищи для здоровья человека [5].

В настоящее время аспекты продовольственной безопасности следует рассматривать не только на уровне отдельных государств, но и в масштабах всего мирового сообщества. Продовольственная безопасность будет обеспечена только в том случае, если отсутствуют голод, недоедание и несбалансированное питание, а также когда жители имеют физический и экономический доступ к пище. При этом пища должна содержать необходимый набор разнообразных пищевых веществ, удовлетворяющие физические, биохимические, регуляторные и энергетические потребности организма человека в соответствии с медицинскими нормами и рекомендациями ВОЗ ООН.

Библиографический список

1. Роль химических элементов и их соединений в природе и в процессах жизнедеятельности человека. Ч. 2: Проблемы безопасности пищевых продуктов / М.Д. Гольдфейн, О.Н. Адаев, Л.Г. Тимуш [и др.]. – Текст: непосредственный // Вестник технологического университета. – 2015. – Т. 18. – № 16. – С. 304–313.

2. Питание населения в условиях экологического неблагополучия / Л.И. Байтлесова, А.К. Джубаялиева, А.К. Гумарова [и др.] // КиберЛенинка – научная электронная библиотека: [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pitanie-naseleniya-v-usloviyah-ekologicheskogo-neblagopoluchiya> (дата обращения: 12.04.2020). – Текст: электронный.

3. Дорогина, В.А. Перспективы применения экологического маркетинга в сфере общественного питания / В.А. Дорогина // Международный студенческий научный вестник. – 2015. – № 6. – URL: <https://www.eduherald.ru/ru/article/view?id=14241> (дата обращения: 16.04.2020). – Текст: электронный.

4. Бердиева, З.М. Химические проблемы экологии в пищевой промышленности и пути их решения / З.М. Бердиева, Г.А. Гафурова // Молодой ученый. – 2016. – № 9 (89). – С. 453–455. – URL: <https://moluch.ru/archive/89/17865/> (дата обращения: 08.04.2020). – Текст: электронный.

5. Актуальные направления обеспечения качества и экологической безопасности продуктов питания / О.А. Рущицкая, Я.В. Воронина, Н.Б. Фатеева [и др.]. // Аграрный вестник Урала. – 2016. – № 2 (144). – С. 80–92. – Текст: непосредственный.

УДК 510.6

Дмитрий Дмитриевич Царевский
обучающийся 1-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ПРИМЕНЕНИЕ БУЛЕВЫХ ФУНКЦИЙ ДЛЯ МОДЕЛИРОВАНИЯ АВТОМАТИКИ ПОДЪЕМНЫХ УСТРОЙСТВ

Имеется большой класс автоматических устройств, используемых для управления различными процессами, работающих с дискретными двоичными сигналами, т. е. с сигналами, принимающими два значения. Условия работы таких автоматов, называемых часто логическими, могут быть описаны формулами логики высказываний.

Рассмотрим в качестве примера автомат, управляющий работой лифта, обслуживающего двухэтажное здание [1].

Введем высказывания, обозначающие ситуацию, связанную с работой лифта:

- $X_1=1$ – лифт на первом этаже;
- $X_2=1$ – лифт на втором этаже;
- $C=1$ – лифт свободен и его двери закрыты;
- $K_1=1$ – нажата кнопка вызова на первом этаже;
- $K_2=1$ – нажата кнопка вызова на втором этаже;
- $P=1$ – нажата кнопка в лифте;
- $Y_v=1$ – лифт движется вверх;
- $Y_n=1$ – лифт движется вниз.

Условия, задающие движения лифта вверх и вниз, могут быть записаны следующими формулами:

$$Y_B = K_2 * X_1 * C \vee Y_B * \neg X_2 \vee П * X_1$$

$$Y_H = K_1 * X_2 * C \vee Y_H * \neg X_1 \vee П * X_2$$

Рассмотрим формулу для Y_B . Лифт движется вверх при выполнении любого из следующих условий:

1. Нажата кнопка вызова на втором этаже, если лифт на первом этаже и свободен ($K_2 * X_1 * C$);
2. Нажата кнопка в лифте, если он на первом этаже ($П * X_1$);
3. Лифт уже движется вверх, но еще не достиг второго этажа ($Y_B * \neg X_2$).

Аналогично расшифровываются условия движения вниз. Условия движения вверх и вниз должны быть взаимоисключающими. Проверим, выполняется ли это для записанных формул. Образует конъюнкцию:

$$Y_B * Y_H = K_2 * C * X_1 * X_2 \vee K_2 * П * C * X_1 * X_2 \vee Y_B * Y_H * \neg X_1 * \neg X_2 \vee П * K_1 * X_1 * X_2 \vee П * K_1 * X_1 * X_2 * C \vee П * X_1 * X_2$$

Из рассмотрения реальных условий следует, что X_1 и X_2 не могут быть одновременно истинны (лифт не может находиться на первом и втором этаже), поэтому четыре конъюнкции с $X_1 * X_2$ всегда равны нулю. Конъюнкция $Y_B * Y_H * \neg X_1 * \neg X_2$ может быть равна 1 в том случае, если одновременно уже происходит движение и вверх, и вниз, но это, как следует из предыдущего, тоже невозможно. Эти формулы могут быть реализованы в виде устройства. Оно управляется датчиками, выдающими значения X_1 , X_2 , K_1 , K_2 , C и выдающими команды на движение вверх Y_B и вниз Y_H . Для его построения необходимы элементарные автоматы, реализующие конъюнкцию, дизъюнкцию и отрицание [2].

Такие автоматы выпускаются промышленностью. Они обозначаются следующим образом [3] (рис. 1):

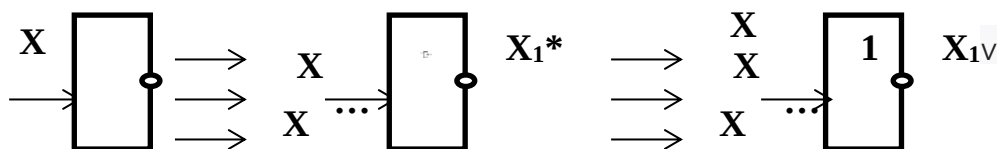


Рис. 1. Схемы автоматов, используемых в промышленности

Теперь схема для Y_B Y_H может быть построена следующим образом (рис. 2):

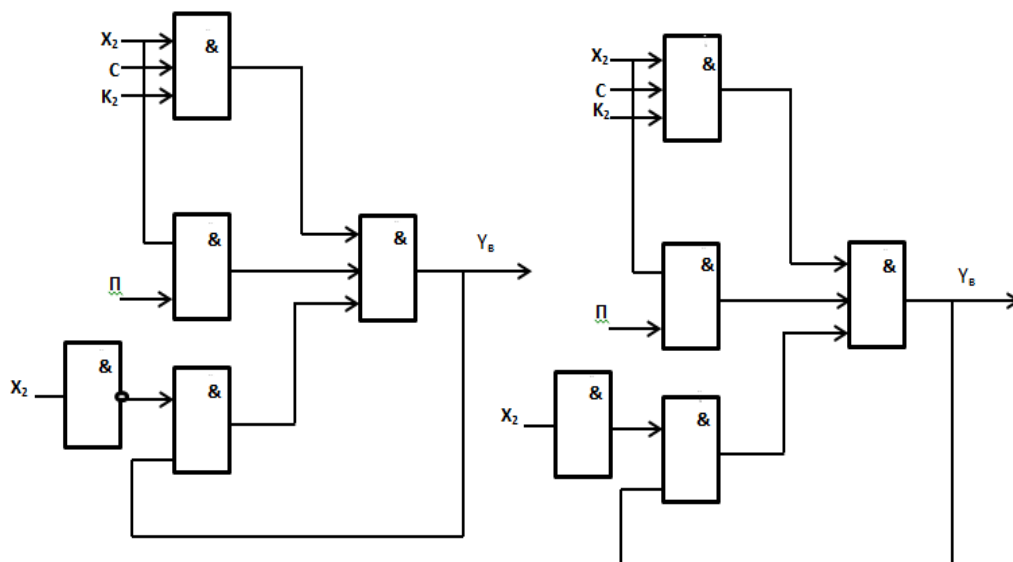


Рис. 2. Схема работы лифтового устройства

Таким образом, благодаря алгебре-логике возможно добиться очень значительных результатов, не только на бумаге. Функционал довольно большой: программирование лифта, компьютера и многих электронных устройств – все основано на логических выражениях и правильном их применении.

Библиографический список

1. Гаврилов, М.А. Логическое проектирование дискретных автоматов / М.А. Гаврилов, В.В. Девятков. – Москва: Наука, 1977. – 352 с. – Текст: непосредственный.
2. Аляева, Ю.Ф. Дискретная математика и математическая логика / Ю.Ф. Аляева, С.Ф. Тюрин. – Москва: Финансы и статистика, 2006. – 368 с. – Текст: непосредственный.
3. Кудрявцев, В.Б. Теория автоматов / В.Б. Кудрявцев, С.В. Алешин. – Москва: Юрайт, 2017. – 319 с. – Текст: непосредственный.

УДК 004.65

Константин Александрович Чернышов

канд. пед. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Филипп Борисович Литвинов

обучающийся 3-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ СОЗДАНИЯ БАЗЫ ДАННЫХ В «1С: ПРЕДПРИЯТИЕ»

С момента выхода программы «1С: Предприятие» на рынок, ее лидерство было определено на долгие годы [1].

«1С: Предприятие» по сути – это не готовая программа для автоматизации бизнеса, а программная оболочка. Для работы нужна конфигурация базы данных. Конфигурации, как правило, поставляются в составе комплекта, и при установке «1С» на компьютере предлагается сразу выбрать и установить конфигурацию. Кроме готовых конфигураций, возможно создать свою собственную конфигурацию.

Важную роль в работе программы играет конфигурация, потому что включает в себя:

- Электронные формы для ввода данных.
- Программы на языке «1С», выполняющие все расчеты.
- Печатные формы.
- Отчеты, обработки для анализа данных.
- Внешний вид (меню и кнопки основного окна) и многое другое [2].

Исходя из этого «1С: Предприятие» обладает целым рядом преимуществ, определивших ее лидерство на рынке программного обеспечения для бизнеса.

Основными преимуществами «1С: Предприятие» являются:

1. Открытая конфигурация – в уже действующей конфигурации есть возможность ее доработать (внести корректировки), а также адаптировать под специфику предприятия и учесть пожелания персонала, непосредственно работающего с базой. Данная функция доступна у достаточно ограниченного числа программ.

2. Открытый код. Присутствует возможность прочтения и исправления программного кода. С такой задачей сможет справиться программист, работающий в «1С».

3. Модель, выбранная создателями «1С», настолько удачна для решения именно проблем учета (хотя она и не идеальна), что перевод учета из другой системы управления базами данных в «1С» может стоить дешевле, чем корректировки в исходной базе данных.

4. «1С Предприятие» достаточно проста и требует невысоких системных требований персонального компьютера, на котором она эксплуатируется.

5. В «1С» имеется возможность использовать «внешние отчеты и обработки». Это отдельные файлы, содержащие программный код, интерфейс и печатные формы, которые «запускаются» в среде «1С» и могут выполнять практически любые функции.

6. Без сомнения, еще одним очевидным достоинством программ на платформе «1С: Предприятие» является наличие ИТС (информационно-технологическое сопровождение) и ежемесячных обновлений.

7. Стоит отметить, что на текущий момент достаточно трудно найти область жизнедеятельности человека, где не была бы создана конфигура-

ция на базе «1С». Более того, таких конфигураций, скорее всего, будет несколько, так что можно будет выбрать именно ту, что наиболее подходит для данного конкретного случая.

8. Реализован учет работы в различных часовых поясах, что особенно важно в реалиях нашего государства.

9. Программа имеет интерфейс на многих языках мира, а возможность писать код представлена как на английском, так и на русском языке, что делает чтение кода интуитивно понятным.

10. Значительное количество специальной литературы и разветвленная армия программистов данной платформы позволяют не остаться один на один с программой даже в самых нестандартных ситуациях.

11. Гибкий инструмент для совместной работы и «доводки» базы данных.

Но, несмотря на очевидные преимущества, «1С: Предприятие» обладает и рядом недостатков.

Основными недостатками «1С: Предприятие» являются:

1. Отсутствие возможности создания графики.

2. «1С: Предприятие» не может похвастаться наличием безупречной безопасности, что, безусловно, является серьезным минусом. Но это скорее обусловлено высоким уровнем популярности программного продукта среди пользователей, что, естественно, провоцирует злоумышленников на разработки атак на систему безопасности. Также многие предприниматели пытаются экономить, приобретая нелегальные версии, которые не выдерживают посягательств со стороны мошенников.

3. Для запуска, обслуживания и наладки программы «1С: Предприятие» (особенно если штат персонала большой и программа используется для различных операций) необходим либо штатный программист «1С: Предприятие», либо нанимать программиста на аутсорсинге.

4. Программа нуждается в регулярных настройках, доработках, чаще всего устанавливаются платные обновления.

5. Даже при условии использования лицензионного обеспечения можно получить некорректное обновление, которое на некоторое время не даст пользователю работать в стандартном режиме.

Таким образом, рассмотрев основные преимущества и недостатки программы «1С: Предприятие», можно говорить о том, что это удобный и востребованный инструмент в управлении предприятием. Именно поэтому компании (большие и малые) не могут функционировать без данного программного обеспечения. Данный продукт – простое и выгодное решение, которое поможет грамотно управлять компанией. Конечно, «1С: Предприятие» имеет недостатки, но они незначительны по сравнению с достоинствами этого продукта.

Библиографический список

1. Харитонов, С.А. Секреты профессиональной работы с «1С:Бухгалтерией 8». Банк и касса / С.А. Харитонов, Д.В. Чистов. – Москва: 1С-Паблишинг, 2017. – 324 с. – Текст: непосредственный.
2. Радченко, М.Г. 1С:Предприятие 8.2. Коротко о главном. Новые возможности версии 8.2 / М.Г. Радченко. – Москва: 1С-Паблишинг, 2016. – 416 с. – Текст: непосредственный.

УДК 004.42

Константин Александрович Чернышов

канд. пед. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Светлана Витальевна Ощепкова

обучающаяся 3-го курса ИТ (филиал) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

СОЗДАНИЕ САЙТА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕСТИРОВАНИЯ

Современная успешная компания стремиться оценить знания и возможности потенциальных сотрудников, выявить наиболее достойных для продвижения по карьерной лестнице. В этом серьезную помощь может оказать система тестирования, позволяющая производить исследования дистанционно.

Работоспособная система может получить свое дальнейшее развитие и применение, как в плане разработки новых видов тестов, так и в улучшении интерфейса и анализа полученных материалов.

Создадим вариант системы тестирования через Интернет.

При создании будем опираться на источники [1, 2].

Первый этап – создание таблиц на сервере. С помощью phpMyAdmin создали базу данных Testm, в ней – семь связанных таблиц. Процесс создания таблиц phpMyAdmin показан на рис. 1–7.

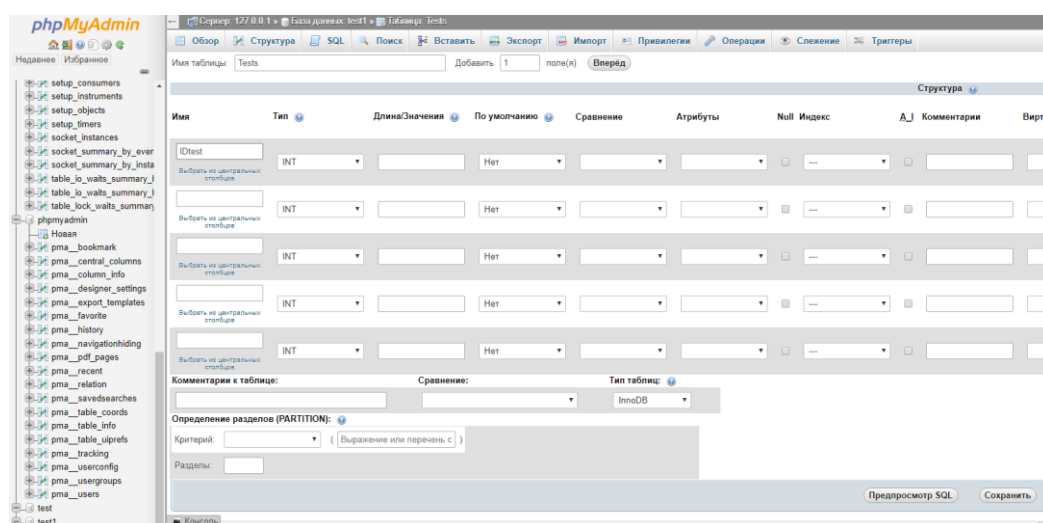


Рис. 1. Создание первой таблицы базы данных

На рис. 2 представлена готовая таблица. В основном, здесь использовались типы данных – текстовый и числовой.

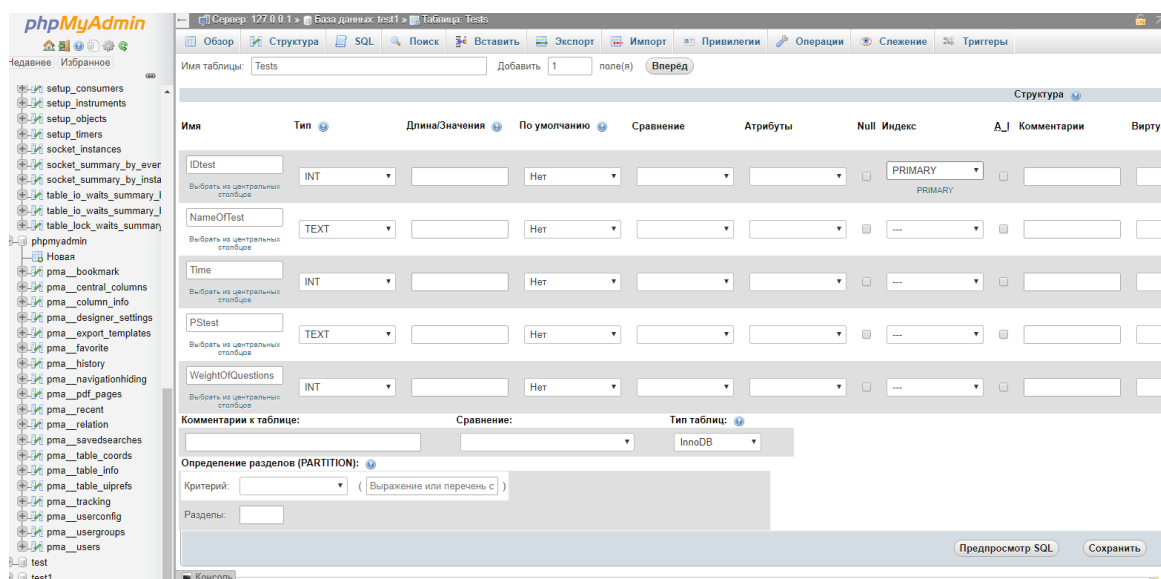


Рис. 2. Первая таблица перед сохранением

На рис. 3 ключевое поле помечено как PRIMARY, т. е. имеется возможность прямо в режиме «Администратор» вводить значения в таблицу.

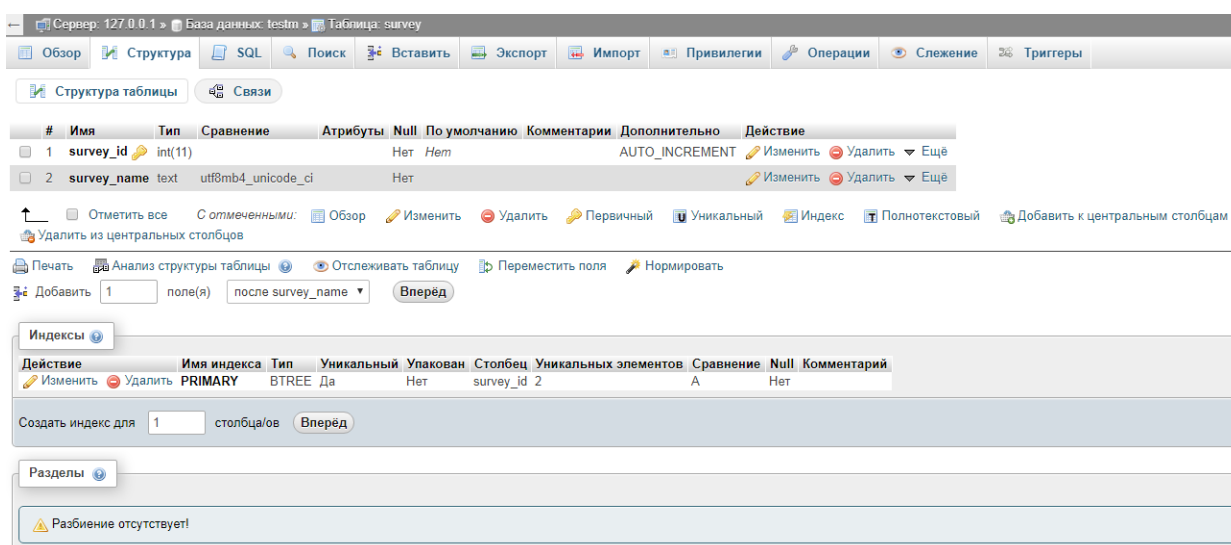


Рис. 3. Таблица survey в базе данных

Ниже представлены таблицы вопросов и ответов. Можно проследить соотношение «один ко многим», которое в этих двух таблицах реализовано с помощью поля question_id. В одной таблице оно является ключевым, в другой, соответственно, нет.

Сервер: 127.0.0.1 > База данных: testm > Таблица: question

Обзор Структура SQL Поиск Вставить Экспорт Импорт Привилегии Операции Слежение Триггеры

Структура таблицы Связи

#	Имя	Тип	Сравнение	Атрибуты	Null	По умолчанию	Комментарии	Дополнительно	Действие
1	question_id	int(11)			Нет	Нет		AUTO_INCREMENT	Изменить Удалить Ещё
2	survey_id	int(11)			Нет	Нет			Изменить Удалить Ещё
3	question_type	text	utf8mb4_unicode_ci		Да				Изменить Удалить Ещё
4	question_text	text	utf8mb4_unicode_ci		Да				Изменить Удалить Ещё
5	is_required	int(11)			Да	NULL			Изменить Удалить Ещё
6	question_order	int(11)			Да	NULL			Изменить Удалить Ещё

Отметить все С отмеченными: Обзор Изменить Удалить Первичный Уникальный Индекс Полнотекстовый Добавить к центральным столбцам Удалить из центральных столбцов

Печать Анализ структуры таблицы Отслеживать таблицу Переместить поля Нормировать

Добавить 1 поле(я) после question_order Вперёд

Индексы

Действие	Имя индекса	Тип	Уникальный	Упакован	Столбец	Уникальных элементов	Сравнение	Null	Комментарий
Изменить Удалить	PRIMARY	BTREE	Да	Нет	question_id	11	A	Нет	
Изменить Удалить	survey_id	BTREE	Нет	Нет	survey_id	5	A	Нет	

Создать индекс для 1 столбца/ов Вперёд

Рис. 4. Таблица вопросов

Сервер: 127.0.0.1 > База данных: testm > Таблица: survey_answer

Обзор Структура SQL Поиск Вставить Экспорт Импорт Привилегии Операции Слежение Триггеры

Структура таблицы Связи

#	Имя	Тип	Сравнение	Атрибуты	Null	По умолчанию	Комментарии	Дополнительно	Действие
1	survey_answer_id	int(11)			Нет	Нет		AUTO_INCREMENT	Изменить Удалить Ещё
2	survey_response_id	int(11)			Нет	Нет			Изменить Удалить Ещё
3	question_id	int(11)			Нет	Нет			Изменить Удалить Ещё
4	answer_value	text	utf8mb4_unicode_ci		Нет				Изменить Удалить Ещё

Отметить все С отмеченными: Обзор Изменить Удалить Первичный Уникальный Индекс Полнотекстовый Добавить к центральным столбцам Удалить из центральных столбцов

Печать Анализ структуры таблицы Отслеживать таблицу Переместить поля Нормировать

Добавить 1 поле(я) после answer_value Вперёд

Индексы

Действие	Имя индекса	Тип	Уникальный	Упакован	Столбец	Уникальных элементов	Сравнение	Null	Комментарий
Изменить Удалить	PRIMARY	BTREE	Да	Нет	survey_answer_id	33	A	Нет	
Изменить Удалить	survey_response_id	BTREE	Нет	Нет	survey_response_id	16	A	Нет	
Изменить Удалить	question_id	BTREE	Нет	Нет	question_id	33	A	Нет	

Создать индекс для 1 столбца/ов Вперёд

Рис. 5. Таблица ответов

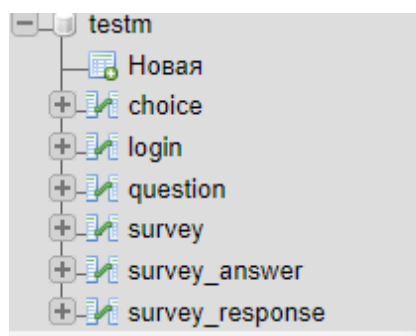


Рис. 6. Таблицы в базе данных

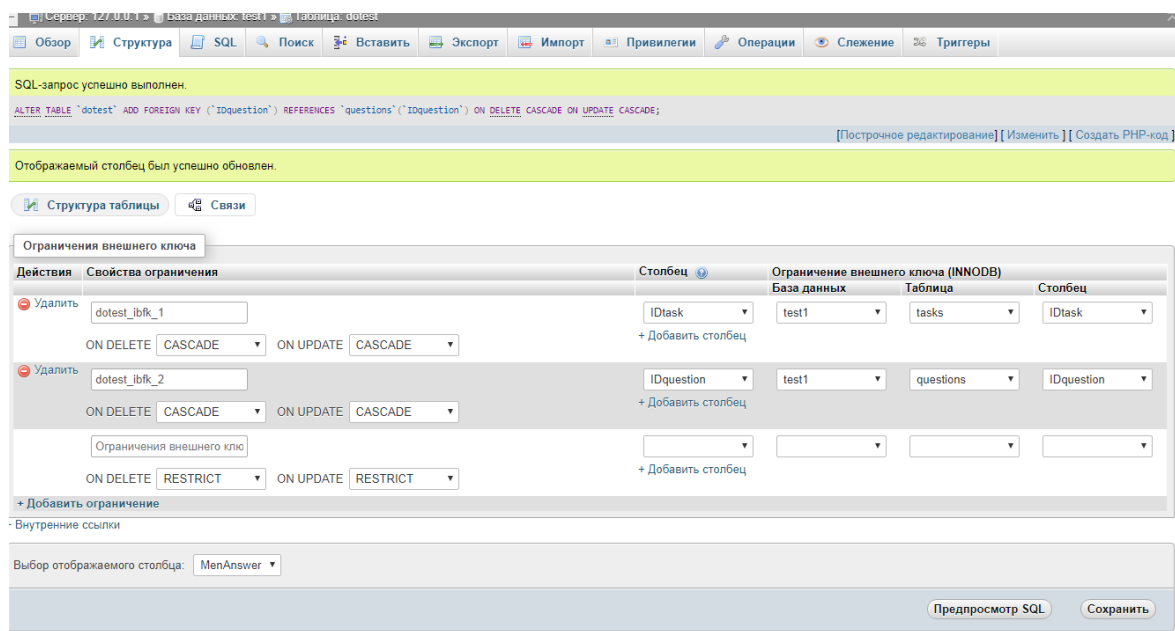


Рис. 7. Выставление связей между таблицами

Интерфейс администратора представлен на рис. 8–10. Клиентская часть, предложенная тестируемому, представлена на рис. 11.



Рис. 8. Панель системного администратора

Главная страница содержит приветствие для системного администратора. Идет перечень возможностей сайта. Но, для того чтобы увидеть результаты, необходимо создать опрос. В этом поможет приведенная ниже страница (рис. 9).

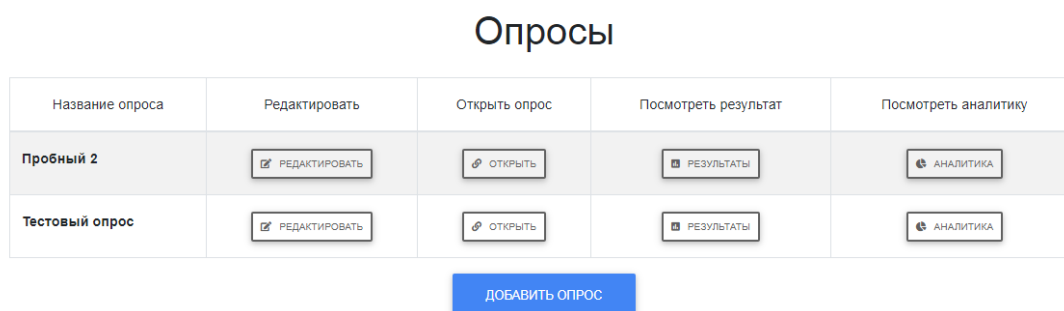


Рис. 9. Инструментарий создания опросов

Страница редактирования опроса представлена на рис. 10.

Вопрос № 2

Тип вопроса: Radiobutton

Обязательный вопрос

Текст вопроса: Второй вопрос радио кнопка

Варианты ответов:

Вариант	Правильный	Удалить вариант
Вариант 1: Первый ответ второго вопроса	☒ правильный	УДАЛИТЬ ВАРИАНТ
Вариант 2: Второй ответ второго вопроса	☐ правильный	УДАЛИТЬ ВАРИАНТ
Вариант 3: Третий ответ второго вопроса	☐ правильный	УДАЛИТЬ ВАРИАНТ
Вариант 4: Четвертый ответ второго вопроса	☐ правильный	УДАЛИТЬ ВАРИАНТ
Вариант 5: Пятый ответ второго вопроса	☐ правильный	УДАЛИТЬ ВАРИАНТ

Вопрос № 3

Тип вопроса: CheckBox

Обязательный вопрос

Текст вопроса: Третий вопрос чекбокс

Рис. 10. Выбор правильного ответа на вопрос

Имеется возможность выставить ответы, которые можно считать правильными. Реализован выбор как одного варианта ответа, так и нескольких вариантов ответа.

На представленном ниже рисунке вопрос 2) подразумевает один вариант ответа, а вопрос 3) позволяет выбрать несколько вариантов ответа.

Тестовый опрос

1) Первый вопрос текстовое поле

2) Второй вопрос радио кнопка

- ☐ Первый ответ второго вопроса
- ☐ Второй ответ второго вопроса
- ☐ Третий ответ второго вопроса
- ☐ Четвертый ответ второго вопроса
- ☐ Пятый ответ второго вопроса

3) Третий вопрос чекбокс

- ☐ Первый ответ третьего вопроса
- ☐ Второй ответ третьего вопроса
- ☐ Третий ответ третьего вопроса
- ☐ Четвертый ответ третьего вопроса
- ☐ Пятый ответ третьего вопроса

4) Четвертый вопрос textarea

Рис. 11. Клиентская часть опроса

Зачастую хочется проанализировать то, как отвечали тестируемые в общей массе. Можно заметить наиболее простые вопросы или наиболее характерную ошибку в мировоззрении человека, проходящего тест. Такая возможность представляется посредством цветной гистограммы (рис. 12). Ну и конечно можно посмотреть варианты ответа каждого участника по каждому из тестов. Страница данного отчета представлена на рис. 13. На данный момент в форме не прописана фамилия – человек идентифицируется по его месту в списке.

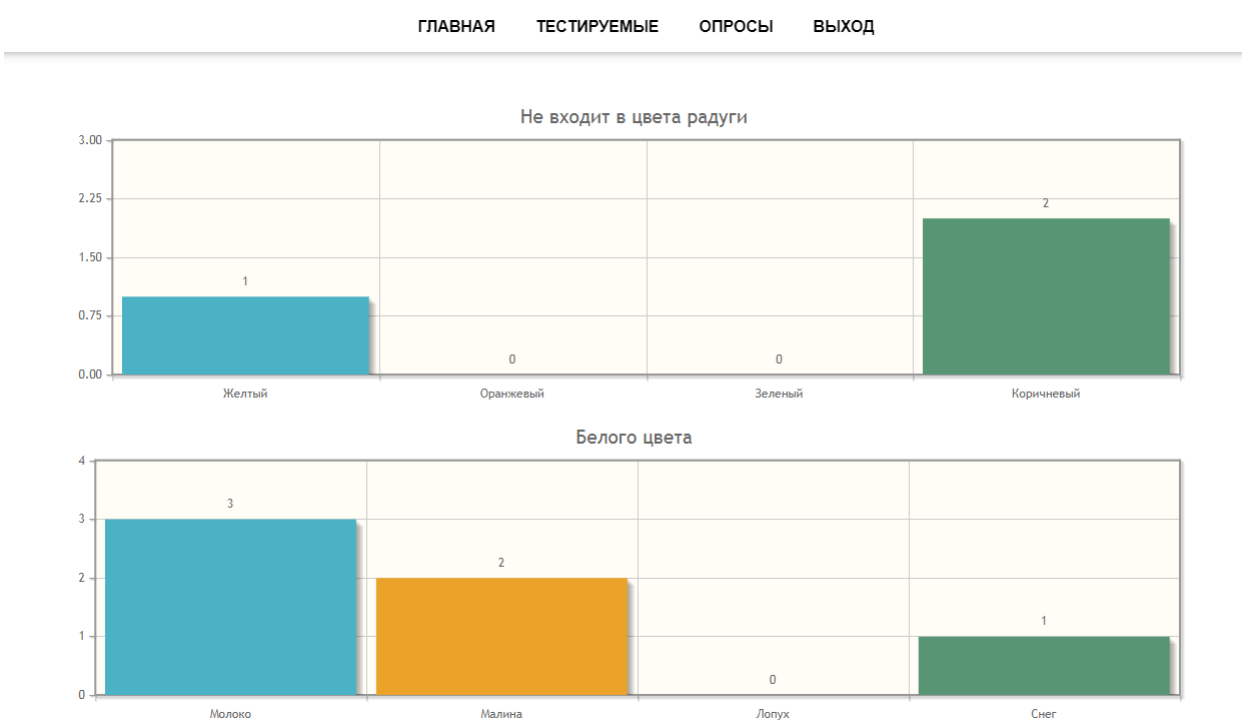


Рис. 12. Накопленные данные по ответам теста

ГЛАВНАЯ ТЕСТИРУЕМЫЕ ОПРОСЫ ВЫХОД

Пробный 2		
Не входит в цвета радуги	Первый космонавт носил фамилию	Белого цвета
Коричневый,	,	Молоко, ,Снег,
Коричневый,	Гагарин,	Молоко, ,Малина,
Желтый,	1,	Молоко, ,Малина,
Коричневый,	Титов,	Молоко, ,Снег,

Рис. 13. Страница ответов на вопросы теста

На рис. 14 показано приветственное окно перед началом теста с указанием фамилии тестируемого.

Добро пожаловать Александр Ветров

[пройти тест](#)

Рис. 14. Приветственное сообщение перед началом теста

На рис. 15 представлены взаимосвязь таблиц посредством данных внутри них.

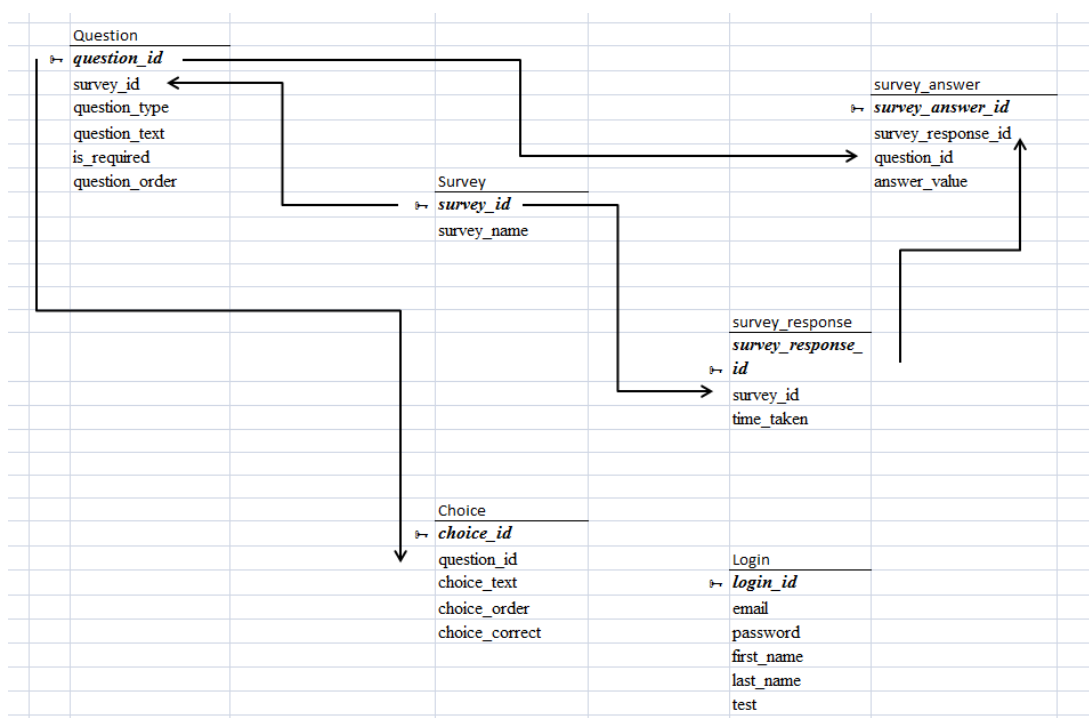


Рис. 15. Схема данных таблиц на стороне сервера

Созданная система интернет-тестирования показала свою работоспособность и может применяться на практике.

Библиографический список

1. Бенкен, Е.С. PHP, MySQL, XML: программирование для Интернета / Елена Сергеевна Бенкен. – 3-е изд. – Санкт-Петербург: БХВ-Петербург, 2011. – 304 с. : ил. + CD. – Предм. указ.: с. 285–288. – Текст: непосредственный.
2. Зандстра, М. PHP. Объекты, шаблоны и методики программирования / М. Зандстра. – М.: Вильямс, 2011. – 560 с. – Текст: непосредственный.

Раздел 2.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЙ

УДК 339.138:004.9

Виктория Залимовна Байрамукова
обучающаяся 4-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В современном мире с его бешеным темпом технологии стали неотъемлемой частью повседневной жизни, упрощающей наш быт и позволяющей экономить время. Такие бытовые задачи, как покупка товаров, коммуникации, организация отдыха стали осуществляться в интернет-пространстве. Такие изменения в жизни людей повлекли за собой изменения и в деятельности предприятий. Одним из новых направлений в развитии компании в XXI веке стал цифровой маркетинг.

В условиях современной экономики использование традиционных методов продвижения для повышения конкурентоспособности продукции уже не достаточно. Мир развивается в условиях цифровой экономики, а она представляет собой систему экономических отношений, которая основывается непосредственно на цифровых технологиях, это делает тему цифрового маркетинга особенно актуальной.

Цифровой маркетинг – это вид маркетинга, использующего цифровые технологии для привлечения потенциальных клиентов и удержания их в качестве потребителей. В цифровой маркетинг входит большое количество маркетинговых тактик по продвижению товаров и услуг [1].

Цифровой маркетинг задействует Интернет как основной коммуникационный посредник, но при этом в отличие от интернет-маркетинга, в цифровом маркетинге задействованы и оффлайн-каналы (мобильных технологий, ТВ и радио), благодаря чему расширяется аудитория.

Цифровой маркетинг имеет ряд преимуществ перед традиционной формой маркетинга [2]:

- расширение круга аудитории, готовой к взаимодействию;
- сокращение времени, необходимого для донесения информации о товаре и компании до потребителей;
- возможность наладить диалог с клиентами;
- возможность оказывать более серьезное воздействие на потенциальных потребителей, тем самым увеличивая вероятность покупки;
- меньшие затраты на содержание;
- наглядное отслеживание эффективности воздействия.

Основные инструменты digital marketing представлены на рис. 1.



Рис. 1. Основные инструменты digital marketing
[составлено автором]

Рассмотрим основные виды рекламы в цифровом маркетинге (рис. 2).

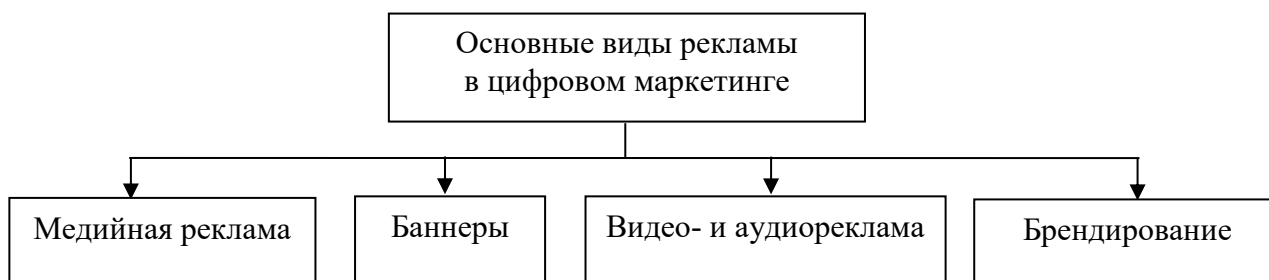


Рис. 2. Основные виды рекламы в цифровом маркетинге
[составлено автором]

Примером успешного цифрового маркетинга является необычная рекламная кампания бренда Red Bull. Более 8 млн зрителей следили за прямой трансляцией 37-километрового прыжка Феликса Баумгартнера из стратосферы. Проспонсированный компанией Red Bull прыжок получил широкое распространение в масс-медиа, стал одной из наиболее популярных тем в Твиттере, установил 4 мировых рекорда и собрал более 35 млн просмотров на YouTube.

Суммарное количество просмотров проекта Stratos перевалило за 200 млн и улучшило продажи Red Bull'a на несколько процентов. Представители компании объясняют это тем, что проект Stratos полностью соответствовал дикому, свободному и отважному характеру Red Bull. Он показывал стиль жизни тех, кто выбирает продукцию компании.

Нестандартный подход к маркетингу и привлечению внимания целевой группы и не только иногда дает результат намного более эффективный и позитивный, чем классическое преподнесение полезности и качества вашей продукции.

Одной из самых успешных интерактивных рекламных кампаний по праву считается реклама бренда Old Spice. Old Spice представили свой мужской гель для душа в 2003 г. Тем временем индустрия стремительно развивалась, а вместе с ней ужесточалась и конкуренция. К 2006 г. бренд начал терять свои позиции, поэтому было принято решение поменять рекламное агентство. Выбор пал на Wieden+Kennedy (далее – W+K).

Перед фирмой стоял вопрос, как сделать товар привлекательным для молодежи. В этом агентству помогло понимание, что 50 % покупок мужских гелей для душа совершают женщины. Основной задачей для W+K было побуждение пар к диалогу о геле для душа – категории продукта с низкими показателями вовлеченности.

Но для привлечения молодой аудитории W+K нужно было осваивать новый digital-формат. Многие поклонники первого рекламного ролика смотрели его на YouTube и оставляли комментарии. Так и возникла идея, чтобы «парень Old Spice» Исаии Мустафа лично ответил на их сообщения.

Поиск комментариев и съемка роликов в очень ограниченные сроки стали основными вызовами для W+K. Для этого им пришлось создать специальную digital-систему.

Она собирала сообщения с упоминанием Old Spice со всей Сети таким образом, чтобы команда могла быстро организовывать вопросы и комментарии по их влиятельности и креативному потенциалу.

После этого на выбранные вопросы писались ответы, которые сразу перенаправлялись в телесуфлер, записывались и публиковались онлайн. На подготовку одного видео уходило около 15 минут.

За два с половиной дня W+K сняли и опубликовали 186 видео. В команде работало четыре автора, которые старались, чтобы их ответы были не только забавными, но и понятными широкой аудитории.

Только за первый день кампания Response Campaign генерировала 5,9 млн просмотров на YouTube. На второй день на канале Old Spice было 8 из 11 самых популярных видео в Сети. К третьему дню число просмотров выросло до 20 млн, это количество увеличилось еще вдвое в течение следующей недели. За это же время число подписчиков Old Spice в Twitter выросло на 2700 %, в Facebook – на 800 %, в YouTube – в два раза, с 65000 до 150000.

Продажи бренда начали расти сразу после запуска рекламы «SmellLike a Man, Man», но компания Response Campaign продвинула его еще дальше.

К концу июля 2010 г. показатели увеличились на 125 % по сравнению с прошлым годом. К концу года Old Spice стал ведущим брендом мужских гелей для душа в США [3].

В современном мире быстро меняются способы взаимодействия с потенциальными потребителями, изменение образа жизни требует пересмотра методов воздействия на клиентов. Цифровой маркетинг дает уникальную возможность взаимодействовать с потребителем на каждом этапе принятия им решения о покупке. Работа с клиентами и выстраивание коммуникации с ними в социальных сетях позволяет брендам получать как положительные, так и отрицательные отзывы, а также определять, какие медиа-платформы работают для них хорошо и позволяют привлечь новых покупателей.

По данным Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР), в первом полугодии 2018 г. объем российского рекламного рынка составил 218 млрд руб., из которых 91 млрд руб. пришелся на интернет-рекламу. На конец 2018 г. объем рынка рекламы достиг 417 млрд руб., из которых 40 % пришлось на интернет-рекламу и 41 % на ТВ (рис. 3). В целом, согласно данным АКАР, доля интернет-рекламы в 2018 г., в сравнении с 2017 г., выросла на 22 % и с каждым годом этот показатель увеличивается [2].

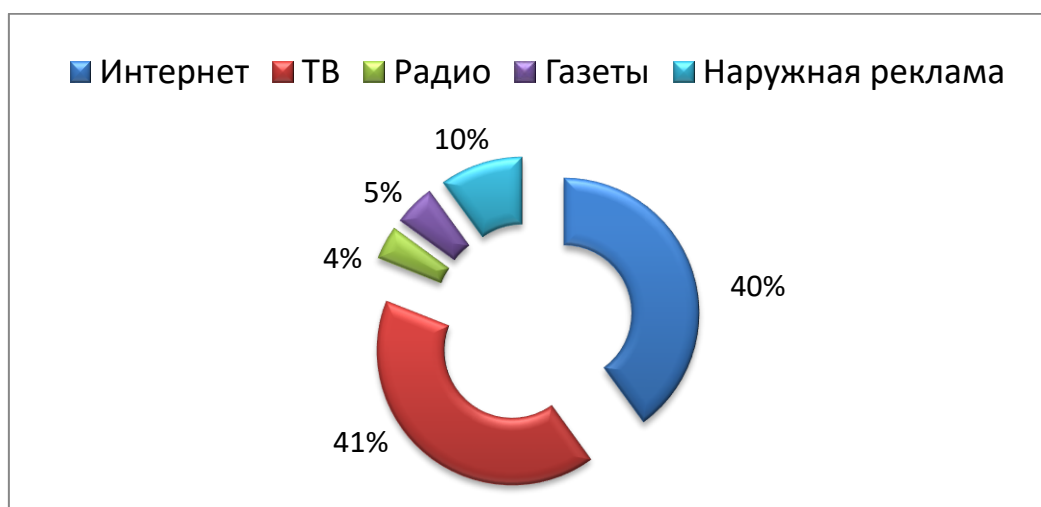


Рис. 3. Процентное соотношение разных видов рекламы в общем объеме российского рынка [2]

Подводя итог, следует отметить, что применение цифровых инструментов продвижения для повышения конкурентоспособности производимой предприятием продукции вовсе не означает отказ от традиционных маркетинговых технологий. Скорее, наоборот, цифровые технологии должны дополнить стандартные средства продвижения. Только их совместное использование и взаимодействие будет способствовать повышению эффективности деятельности по продвижению продукции, а следовательно, приведет к росту конкурентоспособности продукции на рынке.

Библиографический список

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг: учебник / М.В. Акулич. – Москва: Дашков и К°, 2016. – 352 с.: табл. – (Учебные издания для бакалавров). – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407> (дата обращения: 19.03.2020). – Текст: электронный.
2. Москалев, С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе: учебное пособие / С.М. Москалев. – Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2018. – 101 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717> (дата обращения: 20.03.2020). – Текст: электронный.
3. Щербакова, Е.А. Old Spice и экономика благодарности / Е.А. Щербакова. – URL: <https://adindex.ru/publication/opinion/creative/2012/08/10/92368.phtml> (дата обращения: 20.04.2020). – Текст: электронный.

УДК 338.45:621

Ксения Александровна Бондарева
обучающаяся 3-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ЗА СЧЕТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Сфера услуг общественного питания является одной из самых сложных по типу обслуживания и удовлетворения всех потребностей клиентов, что требует от предприятий данного сектора экономики постоянного решения задач по поддержанию и повышению уровня конкурентоспособности. Следовательно, для результативного функционирования предприятия, потребуются резервы и определенный экономический потенциал для противостояния и победы в конкурентной борьбе. В этой связи значительно повышается роль инноваций и научного подхода к организации предпринимательской деятельности.

В современных общественно-экономических условиях изменяются структура, характер и качество услуг общественного питания, меняется отношение к потребителю, так как конкурентоспособность предприятий зависит от качества продукции и услуг, их разнообразия, привлекательности для потребителя. Повышение востребованности услуг общественного питания могут обеспечить новые технологии производства и формы обслуживания. Поиск практических решений по улучшению конкурентных позиций представляет собой достаточно трудоемкую работу, для выполнения которой потребуются большой объем информации и высокая квалификация специалистов.

Необходимо правильно организовать всю работу заведения, используя методы научной организации труда, рассчитать необходимое количество персонала, производственное оснащение и его производственную мощность, осуществить работу по поиску инновационных идей. Для этого выполняется оценка инновационных технологий, методов и средств, являющихся перспективными в сфере общественного питания.

Для максимального использования экономического потенциала предприятия наиболее рациональным является использование новой формы обслуживания потребителей – мультиканальность, которая дает возможность потребителям заказывать блюда с доставкой на дом с оформлением заказов онлайн. Данная форма обслуживания не потребует непосредственного посещения предприятия и позволит сократить время получения услуги [1].

Следующей инновацией в сфере общественного питания является электронное меню. Применение интерактивного электронного меню позволит повысить уровень конкурентоспособности за счет повышения информативности, предоставления наглядной и более содержательной информации, упрощения процессов редактирования меню и внесения в него новых блюд. Дополнительно, для повышения удобства потребителей, можно использовать функционал расчета калорийности предлагаемых к реализации блюд и автоматический подсчет стоимости заказа [2].

Использование двумерного QR-штрих-кода, как инновационного инструмента, позволит потребителям получить быстрый доступ к размещенной информации по предлагаемым блюдам. В квадрате возможно закодировать полную информацию о рецептуре блюд, рекомендации и многое другое. Данный код позволяет расширить возможности взаимодействия администрации предприятия питания с его непосредственными потребителями. Появляется возможность оперативно оповещать клиентов о появлении новинок, проводимых маркетинговых мероприятиях, проводить опросы и быстро получать отзывы.

Инновационные технологии автоматизации процессов обслуживания посетителей (POS-системы), их применение в хозяйственном механизме, позволяет повысить уровень конкурентоспособности за счет:

- максимально быстрого и строго контроля процесса продаж;
- увеличения качества обслуживания клиентов и устранения очереди;
- актуализации работы каждого сотрудника;
- контроля денежного оборота, контроля скидок, предоставляемых клиентам, контроля заказов и их исполнения;

- получения автоматизированных отчетов по индивидуальным потребностям, получения автоматического анализа рентабельности выбранного показателя (товара, блюда, услуги), улучшения учета складских товаров, сокращения затраты, за счет автоматического анализа себестоимости услуг;
- получения учета фактического количества ингредиентов и полуфабрикатов на складе с целью предотвращения хищений.

На предприятии общественного питания, дорожащем своим имиджем, очень важную роль играет уровень сервиса и мастерство обслуживания посетителей. Обеспечив мобильность персонала, предприятие общественного питания повышает уровень сервиса и мастерство обслуживания клиентов. Работа ресторана с использованием мобильных телефонов отличается удобством и простотой работы. Мобильность персонала повышает скорость и качество обслуживания посетителей, а возможность в любое время контролировать работу каждого сотрудника дает возможность руководителю ресторана в любое время получить полную информацию о работе предприятия. Внедрение данного решения позволяет вести количественно-суммовой учет продуктов и блюд; осуществлять ведение нескольких рецептур для блюда, списка взаимозаменяемых продуктов и его автоматическое использование при списании продуктов и формировании калькуляционных карточек; вести учет возможных недовложений при формировании себестоимости блюда и калькуляционной карточки.

Информационные системы на предприятиях общественного питания позволяют повысить лояльность клиентов, поскольку программа дает возможность проводить маркетинговый анализ и предоставлять клиентам накопительные бонусные скидки, привлекать новых и удерживать старых клиентов, анализировать потребности своих постоянных клиентов, к примеру, за каким столиком они любят сидеть, что заказывают, в какое время приходят и прочее. Информация о постоянных клиентах, которая содержится в бонусной системе, позволяет предоставлять не только скидки, но и делать приятные сюрпризы клиентам, например, отправить открытку с поздравлением [2].

На предприятии общественного питания для повышения конкурентоспособности необходимо соблюдать санитарные нормы и правила безопасности. Для оперативного контроля и постоянной регистрации фактических условий фирмой Sealed Air была разработана инновационная система, в основу функционирования которой заложены передовые алгоритмы с использованием систем видеонаблюдения и регистрации. Система осуществляет процессы мониторинга всех мест приготовления блюд и позволяет фиксировать и анализировать все отклонения от нормативных значений в процессе работы сотрудников. Система, в том числе, определит, что работник работает без спец-

одежды, маски, перчаток, головного убора. Данная инновационная технология дает возможность менеджерам своевременно контролировать работников, не допускать нарушений санитарных норм и правил.

Развитие новых технологий в сфере общественного питания не стоит на месте. Происходит автоматизация процессов, что позволяет упростить и сократить время обслуживания, а также расширить возможности предприятия. Для повышения конкурентоспособности предприятий, функционирующих в сфере общественного питания, также необходимо обеспечить: повышение внимания к интересам населения в процессе формирования ассортимента и предоставления услуг в сфере общественного питания; повышение доступности услуг для всех категорий и групп населения; повышение эффективности управления процессами обслуживания.

Библиографический список

1. Чернов, Г.Е. Управление системой общественного питания: учебное пособие / Г.Е. Чернов. – Санкт-Петербург: СПбГУЭиФ, 2018. – 208 с. – Текст: непосредственный.

2. Чередникова, Л.Е. Инновации в социально-культурном сервисе и туризме: стратегия и тактика: учебное пособие / Л.Е. Чередникова, А.А. Бовин, Б.И. Штейнгольц; под общей редакцией Б.И. Штейнгольца. – Новосибирск: НГТУ, 2017. – 450 с. – Текст: непосредственный.

УДК 336.747.5

Дмитрий Владимирович Валентейчик

канд. экон. наук, доцент ИТ(филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Анастасия Олеговна Титаренко

обучающаяся 3-го курса ИТ(филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ЦИФРОВЫХ АКТИВОВ И ТЕНДЕНЦИЙ ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Рынок цифровых активов является сложной системой с трудно прогнозируемыми тенденциями развития. Его функционирование и интеграция в мировую финансовую систему и реальную экономику создает необходимость проведения научных исследований в данном направлении с целью прогнозирования и принятия эффективных инвестиционных решений.

Следует отметить, что в Российской Федерации уже разработан проект Федерального закона «О цифровых финансовых активах», в котором дается следующее определение: «Цифровой финансовый актив – имущество в элек-

тронной форме, созданное с использованием шифровальных (криптографических) средств. Права собственности на данное имущество удостоверяются путем внесения цифровых записей в реестр цифровых транзакций. К цифровым финансовым активам относятся криптографическая валюта, токен» [1].

Следует отметить, что основной особенностью рынка цифровых активов является неразрывная связь с информационными и коммуникационными технологиями, сильная зависимость от экономических и политических событий в мировой экономике, усиление влияния на финансовый рынок с ростом рыночной капитализации. В третьем квартале 2019 г. произошло восстановление данного рынка после глубокой коррекции в первом квартале 2019 г. (рис. 1), что позволило обеспечить его дальнейшее развитие за счет привлечения капитала и стимулирования выпуска новых активов.



Рис. 1. Анализ динамики цен и объемов торгов [2]

Многие профессиональные инвесторы считают, что цифровые активы являются спекулятивными инструментами и небезопасным видом инвестирования, но при этом не учитывается тенденция роста экономической и политической нестабильности в мировой системе, ранее спрогнозированный в 2020 г. кризис экономической и финансовой системы, который, по мнению аналитиков, превзойдет в разы последствия кризиса 2008 г. [3].

Предполагается, что данные факты окажут влияние на пересмотр инвестиционных стратегий в пользу криптовалют, что позволит диверсифицировать инвестиционный портфель. Причина роста спроса на цифровые инструменты инвестирования следующие: введение отрицательных процентных ставок центральными банками, рост мирового долга, замедление мирового производства, падение фондовых рынков, неблагоприятная эпидемиологическая обстановка. На 2020 г. экономисты дают множество негативных прогнозов по

развитию кризиса, при этом рассматриваемые проблемы могут создать возможности для биткойна и других криптовалют, которые способны зарекомендовать себя как средство сохранения накопленного капитала.

Сравнительный анализ привлекательности средств сохранения накопленного капитала представлен в таблице. Оценка проведена по шкале от 1 до 5 баллов.

Таблица

Анализ привлекательности средств платежа и сохранения капитала

Показатель	Вид актива					
	Цифровые активы		Драгоценные металлы		Валютные средства	
	характеристика	оценка	характеристика	оценка	характеристика	оценка
Защита от потерь при хранении и использовании	Отсутствие возможности захватить актив или заблокировать транзакцию	5	Сложность защиты от захвата и хищений	3	Правительства и банки могут вмешиваться для замораживания банковских счетов и блокирования транзакций. Риск хищений	2
Возможность деления (размена)	Делятся на 8 десятичных знаков, что открывает возможность для микро-платежей	5	Сложно разделить на маленькие частицы золота	2	Делятся до двух десятичных знаков	4
Надежность	Надежный актив, пока сеть остается защищенной	3	Надежный актив, устойчив к разрушению, коррозии	5	Не смогут сохранить свою стоимость в течение длительного времени	3
Историческая практика использования как средства платежа и сбережений	Небольшая	1	Золото имеет послужной список, который датируется тысячами и, вероятно, является лучшим хранилищем ценностей в истории человечества	5	Несколько столетий	4
Удобство использования как средства платежа	Может передавать стоимость по всему миру за считанные минуты, нет никаких ограничений на количество актива, которое можно непосредственно использовать	5	Сложность расчетов, большие транзакционные издержки	3	Расчет может занять несколько дней, риск подвергнуться контролю капитала	4

Окончание табл.

Показатель	Вид актива					
	Цифровые активы		Драгоценные металлы		Валютные средства	
	характеристика	оценка	характеристика	оценка	характеристика	оценка
Портативность	Высокая	5	Низкая, так как занимает большой объем и имеет значительный вес	1	Высокая. Наличная валюта занимает относительно большой объем	4
Подверженность инфляции	Низкая, так как максимальное предложение ограничено с заранее определенным графиком инфляции, который определяется математической формулой	4	Низкая	5	Высокая	1
Защита от подделки	Базовый блокчейн гарантирует подлинность, а криптографические подписи подтверждают право собственности	5	Требуется экспертиза, так как существует вероятность подделки	4	Могут быть подделаны. Требуется проверка	3
Итого	–	33	–	28	–	25

Результаты оценки показывают, что лучшими являются цифровые активы и драгоценные металлы.

Положительным фактором для рынка цифровых активов является разработка большинством стран законов, регулирующих рынок криптографических валют, большинство из которых вступают в силу в 2020 г. Уже разработаны и с января 2020 г. обязательны к применению требования Финансовой целевой группы по борьбе с отмыванием денег, которые должны быть включены в нормативные акты всех стран. Требования предусматривают обязательную верификацию пользователей, за счет этого обеспечивается повышение качества рынка, снижение количества мошенников, возможность трансформироваться в современный и надежный инструмент для привлечения капитала. Регулирование является одним из необходимых условий, которое позволит привлечь институциональных инвесторов и увеличить объем сделок с цифровыми активами. Следовательно, можно прогнозировать увеличение величины инвестиционных вложений инвестиционными фондами и банками, международными фондовыми биржами, брокерами, крупными игроками криптоиндустрии.

Учитывая перечисленные выше тенденции, можно прогнозировать рост ликвидности рынка цифровых активов, привлечение большего количества населения, приток капитала институциональных инвесторов, появление новых инструментов. Коррекция традиционных фондовых, валютных и товарных рынках будет заставлять инвесторов искать новые инвестиционные возможности для получения прибыли и сохранения накопленного капитала, станет стимулом по выходу на рынки криптографических валют, заставит переосмыслить ценность этого инструмента.

Библиографический список

1. О цифровых финансовых активах: проект федерального закона // Минфин России [официальный сайт]. – URL: https://m.minfin.ru/ru/document/?id_38=121810-proekt_federalnogo_zakona_o_tsifrovykh_finansovykh_aktivakh (дата обращения: 14.04.2020). – Текст: электронный.
2. Биржа цифровых активов «EXMO»: Торги // EXMO: [сайт]. – URL: https://exmo.me/ru/trade/BTC_RUB (дата обращения: 14.04.2020). – Текст: электронный.
3. BitCoin – Новости и события сети, аналитика // BitCoin: [сайт]. – URL: <http://bitcoin-info.net/> (дата обращения: 14.03.2020). – Текст: электронный.

УДК 330.59

Светлана Васильевна Волгина

канд. экон. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Алина Игоревна Долгополова

обучающаяся 3-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ОЦЕНКА УРОВНЯ И КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

Понятия «уровень жизни» и «качество жизни» являются взаимосвязанными. Для их оценки применяется множество показателей, позволяющих оценить состояние жизни населения как на национальном уровне, так и на уровне мировой экономики в сопоставлении стран между собой. С одной стороны, состояние жизни населения зависит от результатов экономической политики страны, а с другой – от социальной политики и доступности социальных, медицинских и других услуг населению. Создание благоприятных условий, гарантирующих достойный уровень жизни, а именно долгую, здоровую и финансово безопасную жизнь людей, является одной из главных задач социально-экономической политики государства.

Одним из главных направлений государственной политики является социальная сфера, то есть содействие увеличению уровня и качества жизни

населения страны. Понятие «уровень жизни» чаще всего рассматривается как социально-экономическая категория, отражающая степень развития и уровень удовлетворения основных потребностей жизни человека: материальных, духовных, социальных.

В современном экономическом словаре под «уровнем жизни» понимается благосостояние населения, потребление товаров и услуг, совокупность условий и показателей, отражающих меру удовлетворения основных жизненных потребностей людей, которая обычно определяется величиной ВВП или ВНП на душу населения, средним доходом семьи и человека по сравнению с прожиточным минимумом в данной стране и в других странах, с потребительским бюджетом семьи [1].

Под термином «качество жизни» понимают «условия жизни: обеспечение материальными благами, безопасность, доступ к медицинскому обслуживанию, образовательные возможности и развитие навыков ...» [1].

Автор большого экономического словаря Борисов А.Б. отмечает, что в качестве экономической категории «качество жизни» является более широким понятием, поскольку «оно включает в себя не только уровень потребления материальных товаров и услуг, но и удовлетворение духовных потребностей, здоровья, продолжительности жизни, условий окружающей среды, морального и психического климата и психического комфорта» [2].

Для изучения уровня и качества жизни населения Российской Федерации используются такие показатели, как: среднедушевой доход, покупательная способность денежных доходов, потребление продуктов питания на душу населения, МРОТ, прожиточный минимум [3].

По данным Роскомстата, наблюдается ежегодный рост доходов населения, о чём свидетельствует динамика среднедушевых доходов населения по РФ (рис. 1).

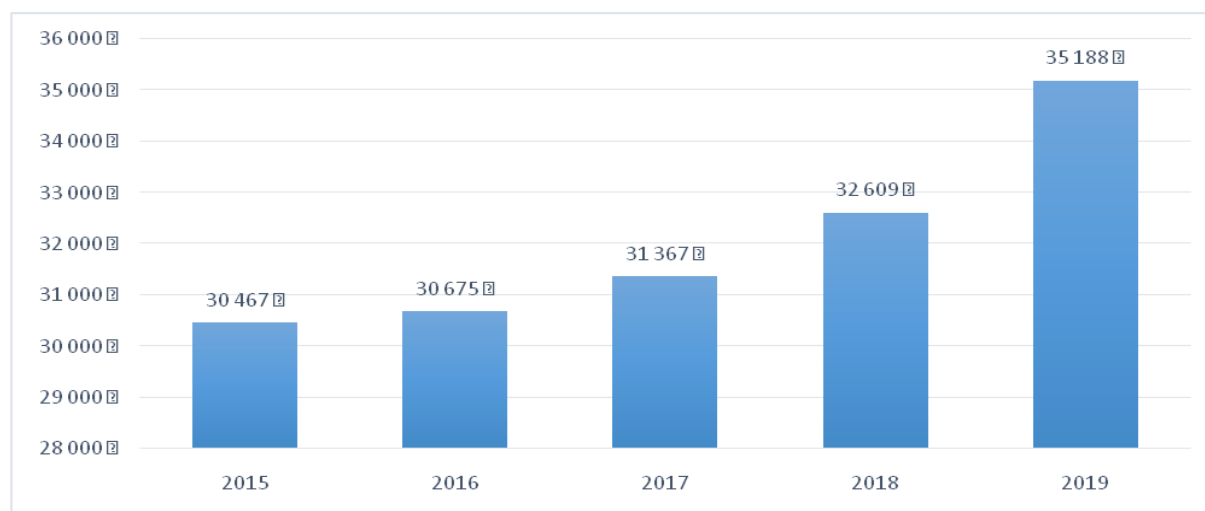


Рис. 1. Динамика среднедушевых доходов населения по Российской Федерации в период с 2015 по 2019 гг. (руб.) [4]

Свидетельством роста доходов граждан является и рост средней заработной платы, которая в 2019 г. по стране составила 44 000 руб. по сравнению с 36 857 руб. в 2018 г. Однако покупательская способность граждан в последние годы снижается. Что касается последнего показателя, он отражает количество реальных товаров и услуг, которые можно купить за единицу денег за определенный период времени. Снижение покупательской способности населения обусловлено превышением темпа роста цен на товары и услуги, потребляемые населением, над темпом роста их доходов.

При анализе уровня и качества жизни населения важными показателями являются прожиточный минимум и минимальный размер оплаты труда (МРОТ) [3]. Федеральным законом от 24 октября 1997 г. № 134-ФЗ (с изменениями от 3 декабря 2012 г.) «О прожиточном минимуме в Российской Федерации» определено, что прожиточный минимум является оценкой стоимости корзины потребления, а также обязательных платежей и сборов. В свою очередь, потребительская корзина рассчитывается отдельно для основных групп населения, как по всей стране, так и по субъектам Российской Федерации, но не реже одного раза в пять лет [4].

Величина прожиточного минимума на территории РФ и для отдельных категорий граждан, по данным Роскомстата, представлена на рис. 2.

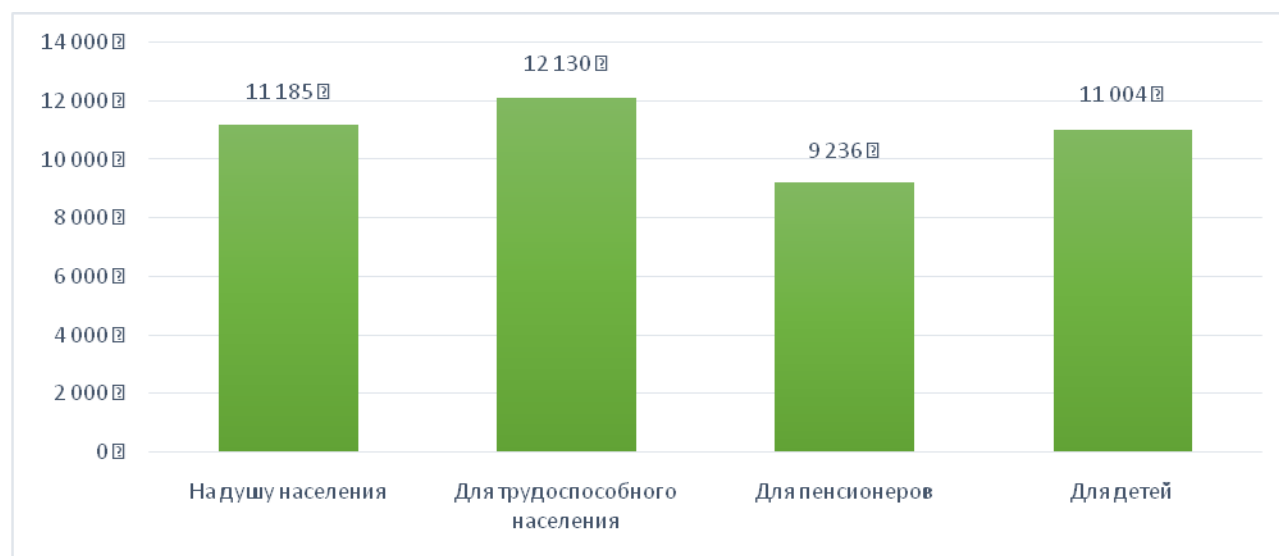


Рис. 2. Прожиточный минимум в целом по Российской Федерации и по отдельным категориям граждан на 2019 г., руб. [6]

Сопоставим ли прожиточный минимум в нашей стране с МРОТ? Для ответа на этот вопрос необходимо обратиться к данным Роскомстата (см. таблицу).

Минимальный размер оплаты труда в РФ с 2015 по 2020 гг.

Год	Дата повышения	Сумма (руб. в месяц)
2015	1 января	5 965,00
2016	1 января	6 204,00
	1 июля	7 500,00
2017	1 июля	7 800,00
2018	1 января	9 489,00
	1 мая	11 163,00
2019	1 января	11 280,00
2020	1 января	12 130,00

Источник: составлено авторами по данным Роскомстат

Таким образом, МРОТ в России за период с 2015 по 2020 гг. увеличился на 6 165 руб. или на 103,35 %. На начало 2020 г. величина установленного в РФ МРОТ превышает величину прожиточного минимума на душу населения на 945 руб.

Показатели уровня и качества жизни населения определяются региональной принадлежностью. Очевидно, что в городах-мегаполисах (Москве, Санкт-Петербурге) и регионах Дальнего Востока рейтинг по данным показателям значительно выше, чем в других регионах (рис. 3).

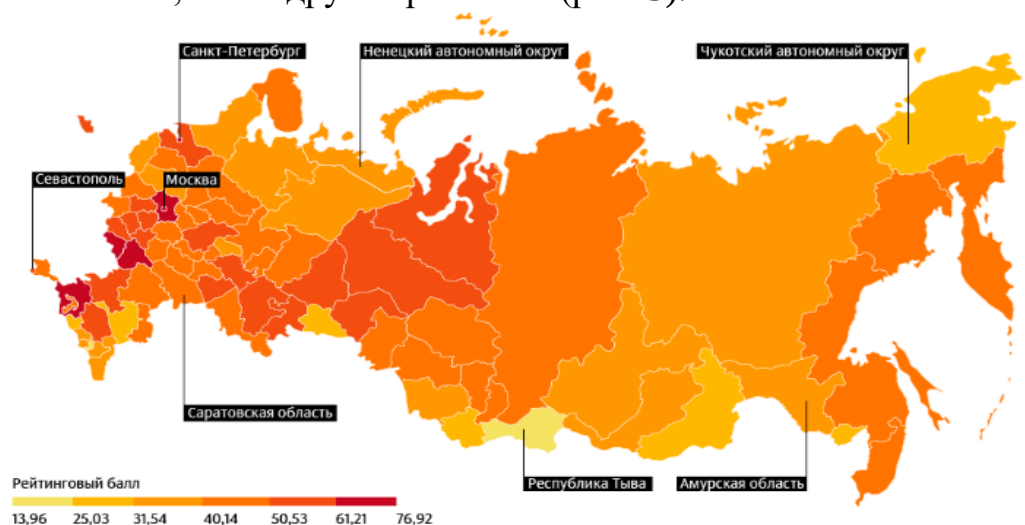


Рис. 3. Рейтинг российских регионов по качеству жизни в 2019 г. [6]

Изучение вопроса оценки уровня и качества жизни населения требует учета и внешнеэкономических факторов на экономику страны. Нестабильная динамика экономического развития, в том числе под влиянием экономических санкций, наложенных на Россию, динамики цен на нефть, наблюдаемое в стране снижение покупательной способности, усиление дифференциации населения по доходам.

Несмотря на нестабильную экономическую ситуацию, Правительством РФ предпринимается ряд мер, направленных на рост продолжительности жизни населения, рождаемости, доходов населения. Обеспечивать прирост указанных показателей призваны приоритетные национальные проекты «Здравоохранение», «Образование», «Демография», «Жилье и городская среда» и др.

В заключение обозначим основные направления деятельности, необходимые для обеспечения роста уровня и качества жизни населения:

- 1) ускорение темпов экономического роста;
- 2) поддержка и развитие отечественного производства;
- 3) стимулирование инвестиционной активности;
- 4) субсидирование затрат на защиту интеллектуальной собственности и сохранение прав на нее в России и за рубежом;
- 5) тарифы на общественный транспорт, коммунальные услуги и связь не должны превышать пределы, установленные федеральным правительством;
- 6) обеспечение отдела здравоохранения квалифицированным персоналом, непрерывным образованием и профессиональной переподготовкой;
- 7) создание социально-экономических условий для приоритетного развития системы образования;
- 8) контроль за состоянием экологии и окружающей среды.

Таким образом, лишь грамотная, с учетом региональных особенностей и национальных потребностей, социально-экономическая политика, направленная на устойчивое развитие национальной экономики в целом, может способствовать повышению уровня и качества жизни населения страны.

Библиографический список

1. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2017. – 320 с. – Текст: непосредственный.
2. Борисов, А.Б. Большой экономический словарь / А.Б. Борисов. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – Москва: Книжный мир, 2017. – 860 с. – Текст: непосредственный.
3. Среднедушевой доход населения в России // Статистика и показатели: Региональные и федеральные: [сайт]. – URL: <https://rosinfostat.ru/srednedushevoj-dohod/> (дата обращения: 23.04.2020). – Текст: электронный.
4. О прожиточном минимуме в Российской Федерации: федеральный закон от 24.10.1997 № 134-ФЗ (ред. от 03.12.2012) // КонсультантПлюс: официальный сайт. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_16565/ (дата обращения: 23.04.2020). – Текст: электронный.

5. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. – Москва, 1999 – URL: <https://www.gks.ru/> (дата обращения: 23.04.2020). – Текст: электронный.

6. Волгина, С.В. К вопросу о бедности населения современной России / С.В. Волгина // Приоритетные направления развития науки и образования: сборник материалов Международной научно-практической конференции / редколлегия: О.Н. Широков [и др.]. – Чебоксары: Центр научного сотрудничества Интерактив плюс, 2018. – С. 151–154. – Текст: непосредственный.

УДК 331.103

Юлия Владимировна Гладкова

канд. экон. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Наталья Сергеевна Андреев

обучающаяся 4-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

К ВОПРОСУ О МЕТОДАХ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

В современных рыночных условиях по мере технического совершенствования производственного процесса на предприятиях возрастает цена единицы рабочего времени. Ее экономии можно достичь за счет более совершенной и рациональной организации труда работников.

По определению «организация труда» представляет собой определенный порядок, систему трудовой деятельности человека, а также систему мероприятий, устанавливающих порядок и условия осуществления трудовой деятельности.

Именно организация труда позволяет согласовать и координировать действия работников предприятия на основе кооперации и разделения труда [1]. На рис. 1 представлены основные направления организации труда на предприятии.

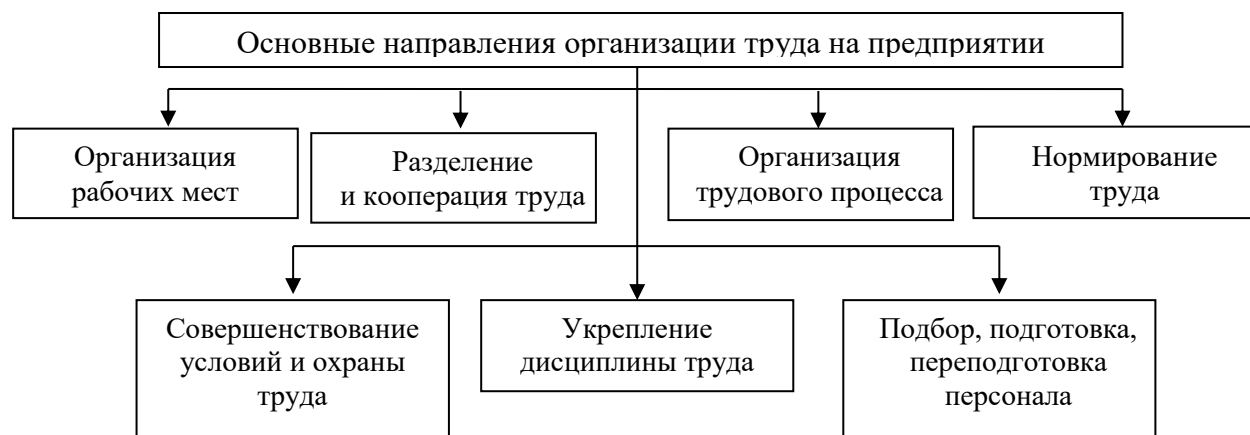


Рис. 1. Основные направления организации труда на предприятии [разработано авторами]

Желаемый эффект будет достигнут только при осуществлении комплекса мероприятий по совершенствованию организации труда, а также совершенствованию техники и организации производства.

Задачей оценки эффективности управления труда является выявление состояния организации труда на предприятии в целом и в отдельных его структурных подразделениях.

В современной экономической литературе описан ряд научных подходов к измерению и оценке уровня организации труда на предприятии [2]. Представим их на рис. 2.



Рис. 2. Подходы к измерению и оценке уровня организации труда
[разработано авторами]

Невозможно провести качественный анализ организации труда работников без его оценки, а результаты оценки его уровня на предприятии зависят от используемой методики.

В экономической литературе представлен широкий спектр методик для анализа и определения уровня организации труда работников.

В основу нашего практического исследования положена методика «Количественная оценка уровня организации труда, производства и управления на предприятии и в производственном объединении», разработанная в НИИ труда [2].

Для расчета нами были выбраны несколько частных коэффициентов, формулы и сущность которых представлены в табл. 1.

Таблица 1

Коэффициенты, оценивающие уровень организации труда работников

Название	Сущность	Формула
Коэффициент разделения труда	Рассчитывается исходя из величины затрат рабочего времени на выполнение работ, не предусмотренных заданием	$K_{\text{рт}} = 1 - \frac{\sum t_{\text{нр}}}{T_{\text{см}}},$ где $t_{\text{нр}}$ – суммарное время выполнения рабочими не предусмотренной заданием работы в течение смены; $T_{\text{см}}$ – продолжительность рабочей смены, мин;
Коэффициент рациональности приемов труда	Основан на сравнении затрат рабочего времени на одну и ту же операцию квалифицированными рабочими, а также остальным персоналом	$K_{\text{пт}} = 1 - \frac{Ч_{\text{нн}} \cdot q_1 + Ч_{\text{нс}} \cdot q_2}{Ч_{\text{общ}} \cdot H_{\text{ср}}},$ где $Ч_{\text{нн}}$ и $Ч_{\text{нс}}$ – численность рабочих, не выполняющих и выполняющих нормы выработки ниже среднего уровня по цеху, чел.; q_1 и q_2 – относительная величина отклонения уровня выполнения норм от средней ее величины; $Ч_{\text{общ}}$ – общая численность рабочих, чел.; $H_{\text{ср}}$ – коэффициент среднего уровня выполнения норм.
Коэффициент организации рабочих мест	Рассчитывается как доля рабочих мест, соответствующая типовым проектам, в общем количестве рабочих мест	$K_{\text{рм}} = \frac{N_{\text{тип}}}{N_{\text{общ}}},$ где $N_{\text{тип}}$ и $N_{\text{общ}}$ – количество рабочих мест, соответствующих требованиям типовых проектов (эталону), и общее количество рабочих мест соответственно.
Коэффициент трудовой дисциплины	Рассчитывается как произведение коэффициентов использования целодневного и внутрисменного фондов рабочего времени	$K_{\text{тд}} = K_{\text{вн}} \cdot K_{\text{цл}},$ $K_{\text{тд}} = \left(1 - \frac{\sum t_{\text{вн}}}{T_{\text{см}}}\right) \cdot \left(1 - \frac{\sum t_{\text{цл}}}{T_{\text{см}}}\right),$ где $K_{\text{вн}}$ и $K_{\text{цл}}$ – коэффициенты использования внутрисменного и целодневного фонда рабочего времени соответственно; $\sum t_{\text{вн}}$ – внутрисменные потери времени по вине рабочих (опоздания, ранний уход), мин; $\sum t_{\text{цл}}$ – целодневные потери времени по вине рабочих (прогулы), мин;
Коэффициент занятости рабочего	Рассчитывается с учетом выполняемых функций и времени на их выполнение	$K_{\text{ик}} = \frac{P_{\text{ф}}}{P_{\text{ср}}},$ где $P_{\text{ф}}$ – средний фактический квалификационный разряд рабочих; $P_{\text{ср}}$ – средний разряд выполняемых работ.

Для расчета представленных коэффициентов воспользуемся данными гипотетического предприятия «Альфа», занимающегося серийным производством корпусной мебели.

В табл. 2 обобщены показатели структуры численности персонала исследуемого предприятия, данные квалификационного состава рабочих цеха корпусной мебели, баланса рабочего времени одного среднесписочного рабочего, а также фактические и нормативные показатели.

Таблица 2

**Исходные данные для расчета уровня организации труда
в цехе корпусной мебели гипотетического предприятия «Альфа»**

Показатели	2018 г.	2019 г.	+/-
Численность рабочих всего, в т. ч.:	830	814	-16
– рабочие цеха корпусной мебели, чел. в т. ч.:	248	245	-3
- не выполняющих нормы выработки, чел.;	50	49	-1
- выполняющих нормы выработки, чел.	198	196	-2
Суммарное время выполнения рабочими не предусмотренной заданием работы в течение смены, мин	23,3	33,7	+10,4
Средняя продолжительность рабочего дня, ч	7,81	7,89	-0,11
Коэффициент среднего уровня выполнения норм	0,87	0,86	-0,01
Количество рабочих мест, в т. ч.:	120	118	-3
– соответствующих требованиям типовых проектов (эталону)	86	88	+4
Внутрисменные простои, мин	11,4	6,8	-4,6
Прогулы, мин	96	96	0
Средняя фактическая продолжительность рабочего дня, мин	467	473	+6,0
Средний фактический тарифный разряд рабочих цеха корпусной мебели	4,65	4,79	+0,14
Средний разряд выполняемых работ цеха корпусной мебели	5,5	5,5	0
Номинальная продолжительность рабочей смены, мин.	480,0	480,0	0

Проведем расчет коэффициентов, характеризующих уровень организации труда работников, данные представим в табл. 3.

Таблица 3

**Показатели уровня организации труда работников
в цехе корпусной мебели гипотетического предприятия «Альфа»**

Название коэффициента	2018 г.	2019 г.	+/-
Коэффициент разделения труда	$K_{рт} = 1 - \frac{23,3}{467} = 0,95$	$K_{рт} = 1 - \frac{33,7}{473} = 0,93$	-0,02
Коэффициент рациональности приемов труда	$K_{пт} = 1 - \frac{50 \cdot 0,5 + 198 \cdot 0,8}{248 \cdot 0,87} = 0,18$	$K_{пт} = 1 - \frac{49 \cdot 0,5 + 196 \cdot 0,8}{245 \cdot 0,86} = 0,17$	-0,01
Коэффициент организации рабочих мест	$K_{рм} = \frac{86}{120} = 0,72$	$K_{рм} = \frac{88}{118} = 0,75$	+0,03

Окончание табл. 3

Название коэффициента	2018 г.	2019 г.	+/-
Коэффициент трудовой дисциплины	$K_{\text{тд}} = \left(1 - \frac{11,4}{467}\right) \cdot \left(1 - \frac{96}{467}\right) = 0,77$	$K_{\text{тд}} = \left(1 - \frac{6,8}{473}\right) \cdot \left(1 - \frac{90}{473}\right) = 0,79$	+0,02
Коэффициент занятости рабочего	$K_{\text{ик}} = \frac{4,65}{5,5} = 0,85$	$K_{\text{ик}} = \frac{4,79}{5,5} = 0,87$	+0,02

По данным баланса рабочего времени одного среднесписочного рабочего цеха корпусной мебели, на исследуемом предприятии наблюдается рост средней продолжительности рабочей смены. Однако изменение коэффициента разделения труда происходит в сторону уменьшения на 0,02, что обусловлено ростом потерь времени рабочими на выполнение не предусмотренных планом заданий в течение смены. Абсолютное значение данного коэффициента близко к единице, следовательно, разделение труда в цеху организовано на высоком уровне.

На сокращение коэффициента рациональности приемов труда на 0,02 повлияло как сокращение численности рабочих цеха в отчетном периоде, так и снижение коэффициента среднего уровня выполнения норм.

Коэффициент организации рабочих мест растет до 0,75 в 2019 г., что связано со значительным (на 20494 тыс. руб.) увеличением стоимости основных производственных фондов предприятия. Значения данных коэффициентов более 70 % по периодам демонстрируют высокую степень технического оснащения производства гипотетического предприятия «Альфа».

Рост коэффициента трудовой дисциплины до 0,77 свидетельствует о ее укреплении. Абсолютное значение данного коэффициента более чем на 20 % меньше единицы, что обусловлено фактом внутрисменных и целодневных потерь рабочего времени по вине персонала.

Коэффициент занятости рабочего демонстрирует в отчетном периоде рост на 0,02, что объясняется увеличением среднего фактического квалификационного разряда рабочих цеха корпусной мебели. Следовательно, руководство предприятия «Альфа» заинтересовано и повышает квалификацию своих рабочих. Однако эталонный средний разряд выполнения работ более чем на 10 % выше фактического.

В целом расчет и динамика представленных коэффициентов показывают достаточно высокий уровень организации труда рабочих в цехе корпусной мебели гипотетического предприятия «Альфа».

Выбор же конкретного метода для оценивания организации труда работников руководство предприятия должно осуществлять самостоятельно в зависимости от содержания трудового процесса, участка производства и перечня решаемых задач.

Библиографический список

1. Тихомирова, Т.П. Организация, нормирование и оплата труда на предприятии: учебное пособие / Т.П. Тихомирова, Е.И. Чучкалова. – Екатеринбург, 2008. – 185 с. – URL: <http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/586/75586/56363> (дата обращения: 20.04.2020). – Текст: электронный.
2. Новицкий, Н.И. Техничко-экономические показатели работы предприятий: учебно-методическое пособие / Н.И. Новицкий, А.А. Горюшкин, А.В. Кривенков. – Минск, 2010. – 272 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572087> (дата обращения: 19.04.2020). – Текст: электронный.

УДК 331.101.6:338.312

Юлия Владимировна Гладкова

канд. экон. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Светлана Артемовна Коновалова

обучающаяся 4-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА В ПРОМЫШЛЕННОМ ПРОИЗВОДСТВЕ: ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ И ПРОБЛЕМЫ РОСТА

В условиях растущей конкуренции требуется постоянное наращивание объемов производственных мощностей, поиск новых путей производства и реализации продукции. Здесь главным ресурсом в достижении необходимого экономического эффекта становится увеличение производительности труда без снижения качества продукции и работы в целом.

Производительность труда выступает сущностной характеристикой экономической системы, выражая степень прогресса противоречивого единства производительных сил и производственных отношений. В таком качестве производительность труда представляет собой критерий экономической и социальной эффективности использования вовлеченных в хозяйственный оборот ресурсов [1].

При изучении вопросов эффективности труда в промышленном производстве необходимо рассмотреть факторы влияния на производительность труда. Они представляют собой совокупность всех движущих сил и причин, которые приводят к положительной или отрицательной динамике показателей производительности.

Развитие промышленного производства происходит под действием внутренних условий, вытекающих из процессов, на которые предприятие может повлиять, и внешних, повлиять на которые невозможно.

Обзор экономической литературы и научных публикаций позволил обобщить и раскрыть сущность внешних и внутренних факторов влияния на производительность труда промышленных предприятий (рис. 1).



Рис. 1. Совокупность внешних и внутренних факторов влияния на производительность труда промышленных предприятий [разработано авторами]

Все выше перечисленные факторы тесно взаимосвязаны, их нужно изучать комплексно, что позволит выявить причины изменения производительности. Однако действия факторов неравноценны, следовательно, их стоит рассматривать и по отдельности, только в этом случае данные факторы можно привести в действие.

Внешние и внутренние факторы выявляют резервы повышения эффективности промышленных предприятий экстенсивными или интенсивными способами [2].

По мнению ученых-экономистов, основное влияние на производительность труда российских предприятий оказывает недостаточное обеспечения трудового процесса факторами производства. А точнее – неэффективным использованием капитала, труда и технологий.

Итак, одним из негативных фактов является низкий уровень капиталовооруженности промышленных предприятий страны. Это обусловлено несистемным характером отечественной инвестиционной деятельности, а также минимальным объемом зарубежных инвестиций [3].

Недостаточно эффективное использование капитальных ресурсов создает подобные проблемы в использовании ресурсов трудовых.

Диспропорция в структуре трудовых ресурсов, возникшая в российской экономике, характеризуется активным развитием рынка сферы услуг и сосредоточением трудовых ресурсов в этой отрасли. Снижение интереса к промышленному производству ведет к недостатку предложения работников, потере навыков и квалификации и, как следствие, к снижению уровня производительности труда. Минимизируя свои издержки, работодатель вынужден снижать уровень заработной платы производственных рабочих. Последние лишены стимула повышать собственную эффективность. Получая невысокую результативность трудовых ресурсов, предприниматель перестаёт делать попытки управления производительностью труда.

Уровень технологий характеризуется совершенством средств труда, знаниями и квалификацией работников, степенью развития человеческого капитала. И здесь возникает еще одна актуальная проблема для отечественного промышленного производства – потеря потенциала технологического развития [4]. Государство должно быть заинтересовано в создании институциональной, а также материально-технической базы для развития технологий в своих границах.

В практической части своего исследования предпримем попытку утвердительно доказать вышеизложенные факты.

За объект исследования примем промышленное производство России (совокупные объемы добычи полезных ископаемых, обрабатывающего производства, а также производства и распределения электроэнергии, газа и воды) за последние пять лет.

Используя данные государственной статистики [5], представим график динамики промышленного производства и численности работников, занятых в нем (рис. 2).



Рис. 2. Динамика объемов промышленного производства и численности работников, занятых в нем [5]

Индекс роста промышленного производства на 2018 г., по сравнению с 2014 г., составляет 50,7 %. Абсолютное же отклонение индексов численности работников промышленности составляет всего 0,2 %, при этом в 2015–2016 гг. наблюдается отрицательная динамика. Причиной снижения численности можно считать как автоматизацию рабочих мест, аутсорсинг, так и диспропорцию в структуре трудовых ресурсов российской экономики.

На рис. 3 представим графики изменения производительности труда и среднемесячной заработной платы работников промышленного производства.

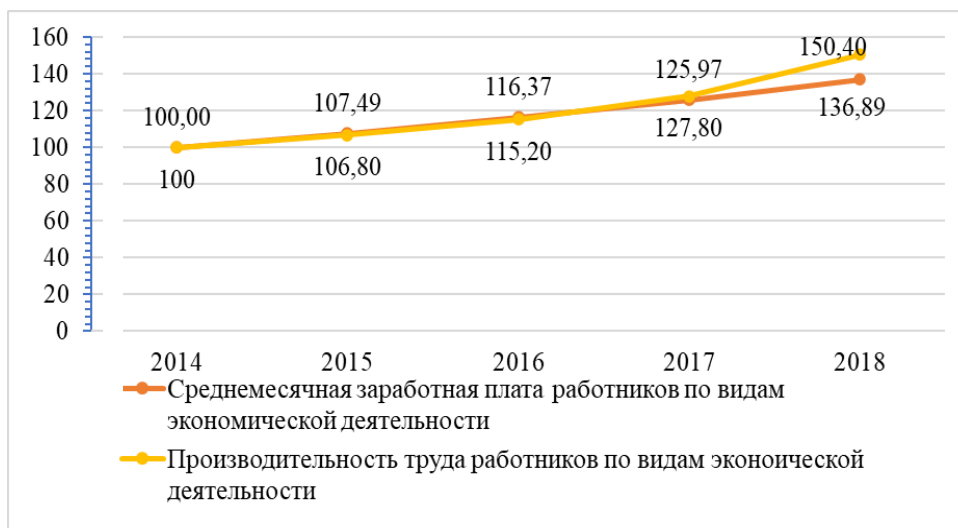


Рис. 3. Динамика производительности труда и среднемесячной заработной платы работников промышленного производства [5]

Динамика представленных показателей рисует схожую траекторию. Однако в исследуемых периодах темпы роста производительности выше темпов

роста среднемесячной заработной платы, хотя разрыв абсолютных показателей их индексов составляет 13,5 %. Увеличение средней зарплаты обеспечено как практически неизменной численностью работников промышленного производства, так и инфляционными процессами.

Основой эффективного функционирования промышленных предприятий является совокупность основных производственных фондов. В таблице представлена информация об обновлении основных фондов по видам экономической деятельности за период с 2014 по 2018 гг.

Таблица

**Коэффициенты обновления основных фондов
по видам экономической деятельности в сопоставимых ценах [5]**

Виды деятельности	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Отклонения 2014 г. к 2018 г.	
						Абс.	Отн.
Добыча полезных ископаемых	5,8	6,6	7	8,8	8,4	2,6	44,8
Обрабатывающее производство	6,9	6,3	5,5	5,9	6	-0,9	-13,0
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	5,1	4	3,2	4,9	4,9	-0,2	-3,9
Итого:	17,8	16,9	15,7	19,6	19,3	1,5	27,9

Рост коэффициента обновления основных фондов наблюдается лишь в добывающих промышленных производствах. Снижение данного коэффициента в обрабатывающей промышленности, производстве и распределении электроэнергии, газа и воды обнажает проблему низкой инвестиционной активности и недостаточного уровня капиталовооруженности промышленных предприятий страны. Такое положение дел оказывает отрицательное влияние на производительность труда.

Тенденции развития рыночной экономики обуславливают необходимость государственного регулирования и повышения эффективности управления производительностью труда. Это позволит укрепить конкурентоспособность промышленного производства страны и снизить социальную напряженность работников промышленных предприятий.

Библиографический список

1. Морозова, Н.А. Производительность труда: теоретические основы и факторы ее роста в современной экономике: специальность 08.00.01 «Экономическая теория»: автореферат диссертации на соискание ученой степени

кандидата экономических наук / Морозова Наталья Александровна; Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского. – Нижний Новгород, 2017. – 156 с. – URL: <https://www.dissercat.com/content/proizvoditelnost-truda-teoreticheskie-osnovy-i-factory-ee-rosta-v-sovremennoi-ekonomike> (дата обращения: 19.04.2020). – Текст: электронный.

2. Веселовский, М.Я. Повышение эффективности отечественной промышленности в модели устойчивого развития: коллективная монография / М.Я. Веселовский, И.В. Кирова, А.В. Никонорова. – Москва: Научный консультант, 2015. – 252 с. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1023011> (дата обращения: 19.04.2020). – Текст: электронный.

3. Методические подходы к оценке эффективности инвестиционных проектов предприятий различных сфер деятельности: учебное пособие / Ю.В. Гладкова, М.Ю. Диканов, Е.В. Иванова [и др.]. – Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2017. – 221 с. – Текст: непосредственный.

4. Волгина, С.В. Инновации как фактор развития машиностроительной отрасли России на пороге четвертой промышленной революции / С.В. Волгина, М.В. Клементова // Научный потенциал высшей школы – будущему России: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Волго-донск, 26 апреля 2019 г. – Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2019. – С. 82–87. – Текст: непосредственный.

5. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. – Москва, 1999 – URL: <https://www.gks.ru/> (дата обращения: 17.04.2020). – Текст: электронный.

УДК 339.137

Максим Юрьевич Диканов

канд. экон. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Анастасия Борисовна Афандерова

обучающаяся 4-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

КОНКУРЕНТНАЯ ПОЗИЦИЯ – ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА

Обеспечение производства высококачественной и конкурентоспособной продукции во всем мире считается приоритетной проблемой национальной экономики, от которой зависят темпы промышленного развития страны и ее национальный имидж и престиж.

В рыночной экономике ключевым фактором коммерческого успеха организации с любой формой собственности сегодня является конкурентоспособность ее продукции, то есть насколько она лучше аналогичных продуктов, выпускаемых конкурентами.

Понятие «конкурентоспособность» впервые появилось в начале 70-х гг. XX в. на Западе. Примерно в то же время СССР обратил внимание на проблему конкурентоспособности продукции.

Согласно СТБ972-94 РФ, «конкурентоспособность продукции – это способность продукции соответствовать установленным требованиям этого рынка в течение рассматриваемого периода».

Анализ определений большого числа разных авторов позволяет обобщить понятия термина «конкурентоспособность» и рассматривать ее в качестве сравнительной характеристики товара или услуги, содержащей комплексную оценку всех производственных, коммерческих, институциональных и экономических показателей с учетом обнаруженных рыночных требований или свойств конкурирующего продукта.

В то же время, конкурентную позицию торговой компании целесообразно относить к месту компании в анализируемом сегменте или секторе рынка по отношению к ее конкурентам.

Конкурентную позицию предприятия можно еще по-другому назвать ролевым функционалом анализируемой компании. Это название связано с осознанием и обобщением процесса конкурентного точмента этого предприятия в окружающей внешней среде, своего рода театрального представления или другого шоу-представления, в котором каждому из его участников отводится весьма специфическая роль. Следовательно, роль компании представляет собой позицию, которую предпринимательская компания занимает в общении со своими конкурентами.

Обзор различных публикаций по теме исследования показал, что конкуренция, с точки зрения теории управления, находит свое отражение в таких коррелирующих и похожих, на первый взгляд, понятиях, как конкурентоспособность, конкурентные преимущества, конкурентная стратегия и конкурентная позиция. Эти термины дополняют друг друга, подчеркивая общую важность конкурентоспособности как фактора конкуренции (табл. 1).

Таблица 1

**Сравнительный анализ понятий «конкурентная позиция»,
«конкурентное преимущество» и «конкурентоспособность» [1]**

Критерии	Понятия		
	Конкурентное преимущество	Конкурентоспособность	Конкурентная позиция
Количество факторов, на оценке которых основано понятие	Единственный значимый ключевой фактор успеха	Множество факторов внутренней и внешней позиции предприятия	Значимые для конкурентной среды данного рынка факторы внутренней среды
Характер понятия	Выражает свойство объекта	Выражает способность объекта	Выражает положение объекта
Ограничения значения оценок	Только положительное значение	Любое значение	Любое значение
Аналогичное понятие по отношению к товарам	Привлекательность продукции	Конкурентоспособность продукции	Результат позиционирования продукции
Отношение к конкурентной стратегии	Основания	Цель	Индикатор изменений, связанных с реализацией стратегии
Как определяется в концепции менеджмента	В процессе стратегического планирования при анализе альтернатив	В процессе оперативного управления	При определении решений, связанных с конкурентной средой предприятия

Существует значительное количество вычислительных и визуальных методов оценки конкурентоспособности. Каждый из методов имеет свои детерминанты и особенности: авторы обосновывают использование различных подходов для расчета показателей конкурентоспособности, необходимость учета отдельных индикаторов при анализе и оценке.

Рассмотрим классификацию подходов к количественной оценке конкурентоспособности (рис. 1).

С использованием представленных выше признаков, отраженных в классификации, составим таблицу методов (табл. 2), с помощью которых возможно оценить конкурентоспособность практически любой организации.

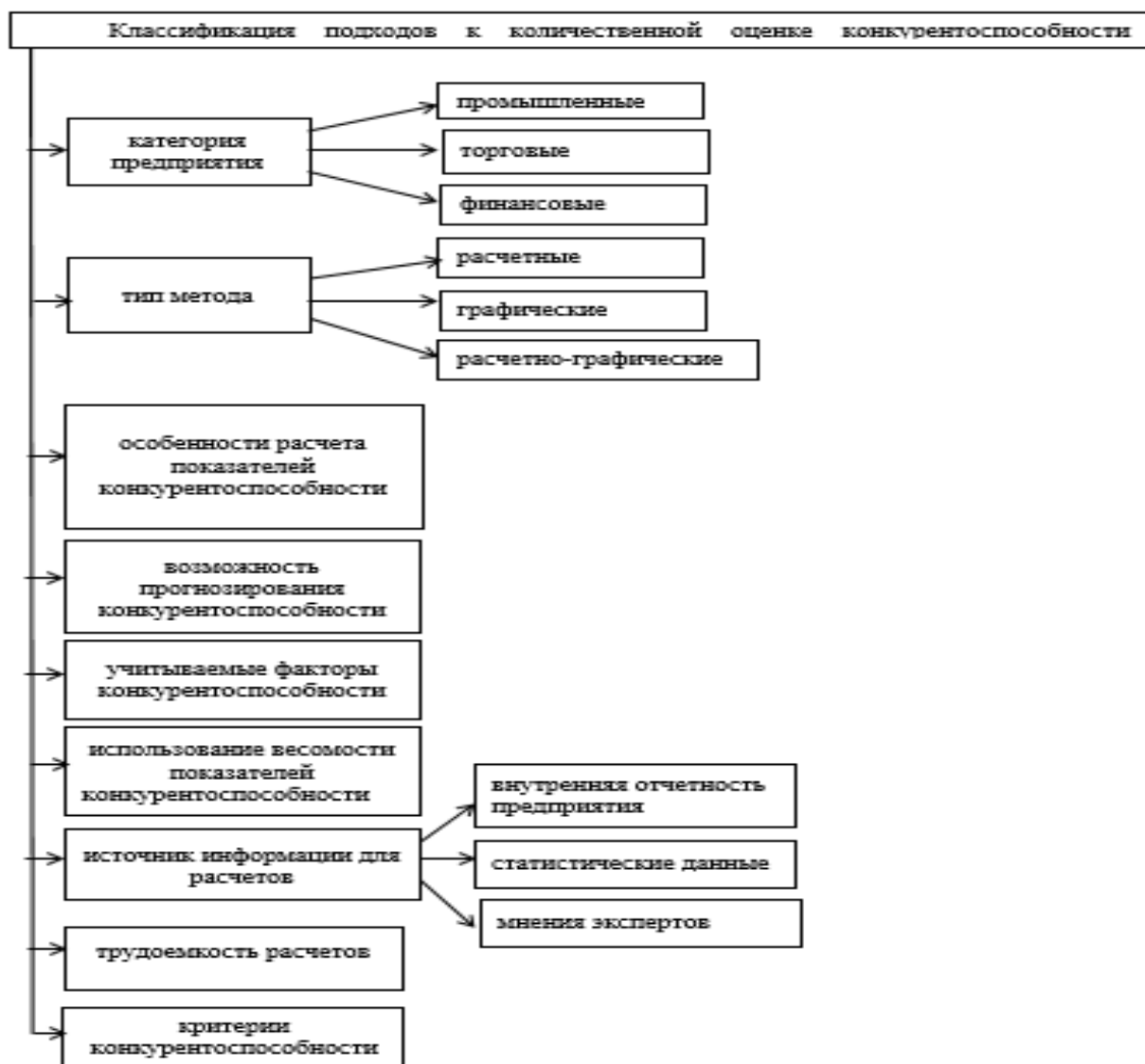


Рис. 1. Классификация подходов к количественной оценке конкурентоспособности

Таблица 2

Методы оценки конкурентоспособности предприятий
[составлено авторами]

Название метода	Отличительные черты методики
1. Матричные методы: – Матрица БКГ – Матрица Портера – Матрица «Привлекательность рынка/конкурентоспособность» (модель GE/McKinsey)	Оценка начинается с построения специальной матрицы в определенной системе координат: по оси абсцисс откладывается темп роста или спада продаж; по оси ординат – относительная доля, которую предприятие занимает на рынке.

Название метода	Отличительные черты методики
– Матрица «Привлекательность рынка/конкурентоспособность» (модель ShellDPM) – Матрица «Стадия развития рынка/конкурентная позиция» (модель ADL/LC)	Согласно этому методу, наиболее конкурентоспособными хозяйствующими субъектами являются те, которые работают на быстрорастущем рынке и занимают значительную его долю.
2. Методы, основанные на процедуре оценки конкурентоспособности производимого предприятием продукта или услуги	Ключевая идея таких методов заключается в том, что конкурентоспособность предприятия и продукта находится в прямой зависимости, т. е. с ростом конкурентоспособности продукта повышается и конкурентоспособность компании. При расчете индекса конкурентоспособности для каждого вида продукции используются экономические и параметрические показатели конкурентоспособности.
3. Методы, основанные на теории эффективной конкуренции	Теория эффективной конкуренции состоит в том, что наиболее конкурентоспособными являются те компании, в которых все отделы и службы работают наилучшим образом. Считается, что на эффективность любой из услуг влияет целый ряд факторов – ресурсы предприятия. А оценка эффективности работы каждой из структур подразумевает оценку эффективности использования ими этих ресурсов. Все возможности компании по достижению преимуществ, сформулированные в процессе предварительного анализа, дополнительно оцениваются экспертами с точки зрения имеющихся ресурсов.

Чтобы повысить общий уровень конкурентной позиции организации, необходимо регулярно отслеживать поведение и предпочтение клиентов. В качестве термина для подобного мониторинга можно использовать понятие ритейл-аудита, который представляет собой комплексное исследование (анализ) продукции, торговых услуг и работы розничных предприятий, основанное на потребительских предпочтениях и экспертных оценках с использованием методов маркетинговых исследований [2].

Предлагается оценить конкурентное положение предприятия с использованием технологии «ритейл-аудит» в соответствии с алгоритмом, представленным на рис. 2.



Рис. 2. Концептуальная структура алгоритма оценки конкурентоспособной позиции предприятия по технологии «ритейл-аудит» [1]

На завершающем этапе такого анализа делается заключение о конкурентной позиции предприятия согласно формуле [1]:

$$Кп_S = \left(1 - \frac{P_S^{TC}}{R}\right) \times \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^M \square \times \left(1 - \frac{P_{ij}^T}{M}\right) \times d_j$$

где $Кп_S$ – конкурентная позиция s -го предприятия, $S = 1 \dots R$;

R – общее число предприятий, присутствующих в регионе;

M – общее число представленных на данном предприятии марок j -й продукции в i -й номенклатуре продукции, $i = 1 \dots N, j = 1 \dots M$;

d_j – удельный вес количества реализованной продукции j -й марки в общей номенклатуре продукции анализируемого вида;

P_S^{TC} – позиция данного предприятия в общем рейтинге, основанном на мнении покупателей;

P_{ij}^T – позиция продукции в сводном рейтинге, основанном на мнении покупателей.

На основании представленной формулы можно сделать вывод, что при $Кп_S > 1$ конкурентную позицию данного предприятия можно охарактеризовать как сильную; если $0,5 < Кп_S < 1$, то – как среднюю; при $Кп_S < 0,5$ – как слабую.

Преимуществом данной методики является то, что она ориентирует бизнес на реализацию качественной продукции, поскольку именно этот критерий рассматривается как основополагающий в оценке конкурентных преимуществ.

Обобщая вышесказанное, можно отметить, что именно оценка конкурентной позиции позволяет дать конкретное численное значение уровня конкурентоспособности, чего не позволяют сделать другие модели, а именно это представляет собой практический интерес для современных экономистов в вопросе количественной оценки уровня конкурентоспособности современных бизнес-структур.

Библиографический список

1. Скрынникова, И.А. Экспертная и потребительская оценка конкурентной позиции организаций розничной торговли / И.А. Скрынникова, М.Ю. Диканов // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2010. – № 6 (112). – С. 84–88. – Текст: непосредственный.

2. Диканов, М.Ю. Конкурентная позиция организаций розничной торговли / М.Ю. Диканов // Вестник Донского государственного технического университета. – 2011. – Т. 11. – № 4 (55). – С. 525–529. – Текст: непосредственный.

УДК 338.46

Екатерина Владимировна Иванова

канд. эконом. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Мадина Бахтиеровна Турсунова

обучающаяся 3-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА РАЗВИТИЕ СФЕРЫ УСЛУГ В РФ

Изменения, произошедшие в мире в конце 2019 – начале 2020 гг., повлияли на все сферы жизни человека. Естественной реакцией на негативные последствия воздействия эпидемии стало изменение экономических процессов. Так, пандемия повлияла на мировую экономику в целом и экономику России, в частности. В связи с обострением ситуации распространения коронавируса в России государству пришлось предпринять необходимые меры. Вследствие этого произошло приостановление деятельности всех сфер производства и потребления, кроме тех, которые создают ресурсы, необходимые для жизнедеятельности населения. Данные меры, по всей вероятности, повлекут за собой (а некоторые уже повлекли) негативные последствия, так как многие предприятия оказались не в силах выжить в сложившейся ситуации.

Утвержден перечень наиболее пострадавших от пандемии коронавируса отраслей экономики. Всего их девять: авиа- и автоперевозки, культура, организация досуга и развлечений, физкультурно-оздоровительная деятельность и спорт, туриндустрия и гостиничный бизнес, общественное питание, организация конференций и выставок. В перечень также вошла деятельность по предоставлению бытовых услуг населению – ремонт, химчистка, услуги парикмахерских и салонов красоты. В числе самых пострадавших отраслей – общественное питание, фитнес и туризм.

В общественном питании в период карантина в РФ выручка ресторанов и кафе упала на 50–80 %. Почти 30 % ресторанов вынуждены были заморозить бизнес, а 9 % – прекратить деятельность. Единственным возможным способом привлечения дохода в данный сектор стало оказание услуг доставки еды. В период пандемии даже те рестораны и кафе, которые не осуществляли продажу еды «на вынос», вынуждены были организовать свою доставку или подключиться к внешней. Таким образом, доля такого рода услуги увеличилась на 18 % [1].

В фитнес-индустрии продажи уже в марте снизились на 98 %. В условиях приостановки работы основной проблемой стала неспособность спортивных клубов осуществлять свои арендные обязательства. Правительство РФ включило фитнес-индустрию в список отраслей, наиболее пострадавших от эпидемии, что позволило предприятиям данной сферы претендовать на отсрочки по платежам.

Гостиничным и туристским предприятиям запрещено было оказывать услуги бронирования места предоставления отдыха до 1 июня 2020 года. Туроператоры и турагентства на 90 % перешли в режим оптимизации, продажи упали практически до нуля, а под угрозой увольнения оказались 1,6 млн. человек. Несмотря на то, что туристский бизнес начал открываться, по мнению главы Ростуризма Зарины Догузовой, потери к концу первого полугодия 2020 года должны были достигнуть 1,5 трлн. руб. Сейчас уже можно эти потери оценить.

Для того чтобы сократить затраты руководители предприятий сферы услуг массово сокращают персонал. Без стабильной зарплаты остаются администраторы залов, официанты, консультанты. Многие работодатели сейчас не в состоянии содержать внушительный штат работников. В связи с этим расходы на заработные платы сокращаются, некоторых сотрудников отправляют в бессрочные отпуска.

Перечисленные отрасли обеспечивают работой 5,5 млн. россиян, общие налоговые отчисления – почти 1 трлн. руб., в том числе 202 млрд. руб. в год – НДФЛ и социальные выплаты [2].

Всем упомянутым субъектам малого и среднего предпринимательства помогут в первую очередь, в частности с отсрочкой по уплате страховых взносов, кредитов и налоговых вычетов. Можно будет позже сдать декларации. Упрощен порядок предоставления отсрочек и рассрочек по налогам. На более поздний срок перенесены сроки начала проведения налоговых проверок.

Подобные явления коснулись, безусловно, и Волгодонска. Так, к примеру, базы отдыха и гостиницы отказались от приема постояльцев на период карантина.

Для того чтобы предотвратить распространение новой коронавирусной инфекции, в соответствии с распоряжением губернатора Ростовской области

В. Голубева [1], было принято решение о временном приостановлении деятельности гостиниц и баз отдыха. Данное распоряжение вступило в силу с 28 марта и продлилось до 29 июня 2020 года.

Как сообщает отдел экономического анализа и поддержки предпринимательства администрации, в Волгодонске осуществляют деятельность 16 гостиниц [1]. По состоянию на 28 марта 2020 года в пяти гостиницах города проживали 282 командировочных. С 28 марта заселение в гостиницы города было приостановлено. Что касается баз отдыха, то многие оказались не готовы к приему постояльцев из-за отложенного начала сезона. Но были и те базы, номера и домики в которых уже были забронированы – они расторгли договоры и отказались от заселения постояльцев. На сегодняшний день все рекреационные предприятия возобновили работу, но упущенная прибыль за время карантина ухудшила их финансовое состояние в общем на 12,4 %.

В Волгодонске также была приостановлена деятельность фитнес-центров, бассейнов, салонов красоты, развлекательных центров и организаций питания. Все эти предприятия из-за закрытия, запрета проведения культурно-массовых мероприятий и, как следствие, снижения количества клиентов либо их полного отсутствия, терпели убытки.

Исходя из сложившейся ситуации в перечисленных сферах деятельности, можно сделать вывод о том, что как в Ростовской области, так и в стране в целом, особенно пострадала сфера услуг. При этом нельзя говорить о полном крахе услуговой деятельности, так как произошло разделение сферы услуг на востребованную и невостребованную части. В условиях самоизоляции ряд сервисов оказался очень востребованным – растут запросы на курьеров во всех отраслях. Клиентам стал интересен клининг, сервис по мелкому ремонту и установке сантехники, дизайну: оказавшись дома, многие принялись решать давно отложенные бытовые вопросы.

Возвращаются профессии, давно ушедшие в прошлое. Например, гувернёр. Дети не посещают школу, а родители не всегда в силах обеспечить им нужный объём информации. Гувернёр же сможет не только позаботиться, чтобы ребёнок усвоил школьную программу, но и дать более глубокие узкоспециализированные знания.

Серьёзно изменится структура рабочих мест. Уже сегодня на первый план вышла удалённая работа. Востребованными стали digital-специальности.

Появляются новые профессии. Нужны специалисты по обработке «больших данных» – те, кто займется ведением цифрового документооборота. Сегодня мы видим, как выстраивается электронная архитектура бизнеса. Как это произошло в Европе.

Большая часть вакансий, открытых в регионе в марте, была ориентирована на представителей сфер продаж (31 % от всех предложений), ИТ, Интернета и телекоммуникаций (13 %), производства (10 %). Востребованы у

работодателей также административный персонал (администраторы, курьеры, офис-менеджеры, операторы колл-центров и т. д.), специалисты в области медицины и фармацевтики (по 8 %), студенты, «синие воротнички», маркетологи (по 7 %) [3].

Пока работодатели региона по большей части ищут сотрудников на полный день (74 % вакансий), либо сменный (12 % предложений). На удалённую работу приходится ещё 6 % вариантов занятости [1]. Однако представители многих специальностей уже могут трудиться из дома.

Работать удалённо в текущих реалиях могут представители сфер ИТ, Интернета, телекоммуникаций, маркетинга, рекламы, PR, продаж, страхования, массмедиа, образования, рекрутмента, бухгалтерии, искусства, а также некоторые работники, выполняющие административные функции.

Для бизнеса сегодня жизненно необходимы специалисты по продажам и продвижению, а также специалисты в сфере доставки.

Тем, чьи услуги сейчас не пользуются спросом на рынке, необходимо перепрофилировать предприятия, переводя их в онлайн или немного меняя целевую аудиторию. Свои услуги онлайн могут предлагать преподаватели, тренеры, артисты, переводчики и даже авторы квестов: большинство сфер могут без серьёзных потрясений уйти в Интернет.

Ясно уже сейчас, что компаниям в новых реалиях нужно научиться правильно выстраивать бизнес-процессы, ставить чёткие задачи перед «удалёнными» сотрудниками и грамотно оценивать их эффективность, думать о людях и в то же время об оптимизации. А перед специалистами из разных профессиональных областей стоят не менее амбициозные задачи – за короткий срок освоить навыки тайм-менеджмента, быстро адаптироваться к изменениям, правильно выстроить общение с работодателем, коллегами, клиентами и партнерами, учиться новому и не бояться изменений. Глобальные тренды на рынке труда: дефицит соискателей рабочих специальностей, талантливых молодых специалистов, ИТ-специалистов, рост требований к кандидатам – не изменятся.

Библиографический список

1. Иванов, А.С. Сфера услуг в России погружается в кризис / А.С. Иванов // Биржевой лидер: [сайт]. – URL: <http://www.profi-forex.org/novosti-rossii/entry1008281987.html> (дата обращения: 04.04.2020). – Текст: электронный.

2. Чернова, Н.В. Как кризис отражается на потребителях и компаниях и каковы их ожидания. / Н.В. Чернова // Корпоративный менеджмент: [сайт]. – URL: <https://www.cfin.ru/anticrisis/companies/cases/e-crisis-survey.shtml> (дата обращения: 07.04.2020). – Текст: электронный.

3. Ярцев, М.С. Развитие сферы услуг в РФ: учебное пособие / М.С. Ярцев. – Москва: РГУТиС, 2018. – 140 с. – Текст: непосредственный.

Наталья Николаевна Кадерова

канд. эконом. наук, профессор;

Энтони Алдави

магистрант, специальность «Финансы»

Университета Международного бизнеса

г. Алматы, Республика Казахстан

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Налогообложение играет первостепенную роль в экономической политике страны. Налоговые доходы являются главным источником финансирования государственных затрат. Налоги выступают основным фактором стимулирования экономической деятельности и конкуренции в частном секторе, а также инструментом перераспределения добавленной стоимости в экономике. Следовательно, налоги прямо влияют на выполнения главных экономических и общественных задач, стоящих перед государством.

В Республике Казахстан самый наибольший удельный вес в структуре государственных доходов принадлежит налоговым поступлениям. В основном преобладает корпоративный подоходный налог и НДС.

Для развития национальной экономики необходимо постоянно совершенствовать налоговую систему. Однако в действующем Налоговом Кодексе РК в год идут до ста изменений и дополнений. Для нашей страны очень важны инвестиции, внедрение инновационных технологий, развитие научно-технического потенциала.

Возможности казахстанских компаний выполнять долгосрочные вложение капитала с целью расширения производства напрямую зависят от налоговой нагрузки. Очень высокая налоговая нагрузка препятствует мобилизации факторов экономического роста, не содействует увеличению инвестиционной активности, не стимулирует финансирование разработок новейших видов товаров и технологий, понижает конкурентоспособность отечественной продукции. Наоборот, оптимальный и нормальный уровень налогообложения является одним из условий постоянного экономического роста. Поэтому важно изучить теоретический и прикладной аспект формирования налоговой нагрузки: методики определения налоговой нагрузки; влияние налоговой нагрузки на экономику страны; влияние налоговой нагрузки на основные показатели социально-экономического развития страны; механизм управления налоговой нагрузкой в целях стимулирования инвестиционно-инновационного типа производства.

Различные подходы к определению показателя налогового бремени отражены в работах казахстанских исследователей: М.Н. Крейниной, А. Кадущина, Н. Михайловой, В. Вишневого, Д. Липницкого [1], Е.А. Кировой [2],

А. Чаплинска, М.К. Асанова, Р.А. Орымбекова, А.Л. Шевякова [3]. Большинство авторов едины в том, что для оценки величины налогового бремени используют какой-либо один показатель (добавленная стоимость, вновь созданная стоимость, прибыль).

Абсолютный уровень налогового бремени определить нельзя, но его можно измерить относительно. Поэтому оценка уровня налогового бремени производится путем сравнения фактических значений с базовыми показателями. В зависимости от того, лучше или хуже фактические значения показателей в сравнении с базовыми значениями, можно определить, высокое или низкое налоговое бремя [4].

В настоящее время понятие налоговой нагрузки используется при обсуждении таких острых вопросов экономики, как оценка эффективности мероприятий налоговой реформы, оценка условий развития малого и среднего бизнеса, анализ факторов, действующих на темпы экономического роста.

В Казахстане используются два метода по расчету коэффициента налоговой нагрузки. Это СУР (система управления рисками), разработанная Министерством финансов Республики Казахстан, и методика, применяемая Евростатом.

Налоговая нагрузка – это показатель, характеризующий роль налогов в экономике, устанавливаемый как отношение суммы налоговых сборов к совокупному внутреннему валовому продукту.

По результатам анализа налоговой нагрузки в Республике Казахстан, проведенного АО «Институт экономических исследований», выявлено, что наибольший уровень налоговой нагрузки не должен превышать 30,7 % налоговых поступлений для фискальной функции и 25,8 % ВВП для производственной функции [4].

Рассмотрим диаграмму удельного веса налоговых поступлений в ВВП Республики Казахстан, % (см. рисунок).



Рис. Удельный вес налоговых поступлений в ВВП Республики Казахстан за период с 1999 по 2019 гг. [5]

Из рисунка видно, что самый наибольший удельный вес налоговых поступлений в ВВП Республики Казахстан составил в 2005 г. (28 %) и самый наименьший – в 2019 г. (13 %). Это говорит, что в Республике Казахстан созданы все условия для развития бизнеса.

Снижению налоговых поступлений в бюджет способствуют такие отрицательные факторы, как: постоянный рост налоговой нагрузки, высокие проценты за кредит, развитие коррупции в налоговых органах, несовершенство Налогового Кодекса Республики Казахстан, бюрократия, низкая налоговая культура и др.

В этой связи представителям уполномоченных органов следует обратить внимание на необходимость совершенствования налоговой системы, установления налоговых льгот и разработки мер поощрения для развития малого бизнеса. В Республике Казахстан уровень налоговой нагрузки относительно невелик, и все же этого недостаточно для развития бизнеса.

В дальнейшем необходимо совершенствовать налоговую систему Республики Казахстан путем внесения некоторых дополнений и изменений в налоговое законодательство. Это позволит решить проблемы в области налогового контроля за деятельностью казахстанских компаний, в том числе проблему применения многочисленных налоговых схем, а также проблему, стоящую перед налоговыми агентами, по аннулированию двойного налогообложения и снижению налоговой нагрузки. Реализация данных мер, по нашему мнению, может оказать влияние на совершенствование налогообложения казахстанских компаний и позволит сбалансировать экономические интересы налогового агента и государства, направленные на обеспечение стратегических задач социально-экономического развития Республики Казахстан.

Библиографический список

1. Вишневский, В. Оценка возможностей снижения налогового бремени в переходной экономике / В. Вишневский, Д. Липницкий // Вопросы экономики. – 2000. – № 2. – С. 107–112. – Текст: непосредственный.

2. Кирова, Е.А. Методология определения налоговой нагрузки на хозяйствующие субъекты / Е.А. Кирова // Финансы. – 1998. – № 9. – С. 30–32. – Текст: непосредственный.

3. Чаплинска, А. Налоговая нагрузка в Республике Казахстан / А. Чаплинска, М.К. Асанова, Р.А. Орымбекова, А.Л. Шевякова // Вестник КарГУ. Серия Экономика 2(82). - 2016. – № 1. – С. 87–92. – Текст: непосредственный.

4. Ермекбаева, Б.Ж. Налоговая нагрузка как экономический показатель, характеризующий налоговую систему государства / Б.Ж. Ермекбаева, Н.П. Тагайбекова, К.С. Мамишова // Вестник КазНУ. – 2011. – № 3. – С. 58–63. – Текст: непосредственный.

РЕЗЕРВЫ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Себестоимость является важным качественным показателем, который отображает, во сколько предприятию обходится производство и сбыт продукции. Чем она ниже, тем выше прибыль и рентабельность производства, а чем лучше организован учет затрат, чем совершенней методы калькуляции, тем легче выявить посредством анализа резервы снижения себестоимости продукции.

Предприятия самостоятельно устанавливают совокупность затрат для исчисления себестоимости продукции или ее отдельных видов. По статьям калькуляции расходы классифицируются на сырье и материалы, возвратные отходы, покупные изделия и полуфабрикаты, топливо и энергию на технологические цели, затраты на оплату труда, отчисления на социальные нужды, расходы на освоение производства, потери от брака, общепроизводственные расходы, прочие производственные расходы, общехозяйственные расходы, коммерческие расходы. Классификация затрат по статьям калькуляции позволяет выявить конкретный объект и место осуществления затрат, определить себестоимость единицы продукции, прибыль, рентабельность продукции и производства. С помощью планирования и учета себестоимости продукции по статьям калькуляции можно определить факторы, влияющие на данный уровень себестоимости и наметить направления ее снижения. Факторный анализ позволяет детально исследовать влияние того или иного фактора на величину себестоимости и получить максимально точный результат, который позволит наметить варианты снижения затрат по конкретным статьям [1].

В связи с ухудшением финансово-экономического положения на предприятиях, обострившегося в связи с проявлением воздействий негативных тенденций мирового финансового кризиса, перешедшего уже в разряд экономического кризиса, многие компании задумываются о возможностях снижения расходов. Именно в сокращении затрат заключается один из главных рецептов выживания в период кризиса [2].

Однако предприятию следует помнить, что категоричное уменьшение расходов может привести к стратегическим потерям в деятельности организации. При принятии решения по уменьшению общего объема затрат часто затрагиваются категории высокопродуктивных расходов, приносящих предприятию долгосрочный тактический экономический эффект.

Рассмотрим основные резервы снижения себестоимости.

1. Однозначным является анализ и устранение производственных потерь. Необходимо внедрять режим бережливого производства, которое позволит экономить топливо, электроэнергию, сырье, материалы, офисные расходы. Именно режим внутренней экономии, который будет соблюдаться, в первую очередь, самими работниками, принесет существенный минус по итогу подсчета себестоимости.

2. Одним из вариантов «правильного» сокращения затрат является пересмотр расходов на имиджевые составляющие. Дорогой офис, престижный район, большое количество кабинетов и служебных помещений, содержание элитного автотранспорта существенно увеличивают себестоимость. Данные расходы можно минимизировать практически безболезненно, без существенных изменений и последствий для деятельности предприятия. Можно переехать в другой офис, с менее дорогой оплатой, сократить площадь занимаемых помещений, часть площадей сдать в аренду или субаренду, сменить автопарк на экономвариант.

3. Необходимо также пересмотреть состав, количество и размер премий, надбавок, платежей и дополнительных выплат. Возможен также временный отказ от выплат дивидендов учредителям для создания стабилизационного фонда предприятия на время кризиса. Сэкономленные денежные средства необходимо расходовать на развитие и поддержание бизнеса, а не на текущие расходы, иначе экономия по этим статьям расходов становится бессмысленной и негативно воспринимается персоналом.

4. Очень важным моментом является недополучение или упущение выгоды. У каждого предприятия найдутся резервы, оптимизируя которые, можно получать дополнительную прибыль: неиспользуемые квадратные метры, простаивающее оборудование, недозанятые работники, раздутый административный штат, новые направления работы. Мало того, что все перечисленное создает так называемые скрытые затраты, так еще и не работает в полном объеме, т. е. не приносит ту прибыль, которую можно было бы извлечь при грамотном управлении и оптимизации.

5. Снижение расходов на приобретаемые предприятием комплектующие, материалы. Общепринятым механизмом во всем цивилизованном мире считается постепенное планомерное уменьшение стоимости механизмов узлов и комплектующих давно выпускаемых образцов. Все японские компании утверждают со своими поставщиками графики уменьшения цены и планы улучшения качества производства закупаемых изделий. Поэтому и отечественные предприятия могут с поставщиками заключать не только контракты и договора на поставку, но и долгосрочные соглашения о качестве поставляемых товаров (контроль и развитие) и графики постепенного снижения закупочной стоимости комплектующих [3].

Далее рассмотрим резервы сокращения себестоимости.

1. Снижение расходов на обучение персонала дает прямой и косвенный эффекты. С одной стороны, можно сэкономить существенную сумму денежных средств, отказавшись на время от вложений в развитие работников, с другой – можно упустить технологические, профессиональные, деловые навыки и знания, обмен информацией и опытом. Поэтому здесь стоит действовать осмотрительно, не исключать в целом данный вид затрат, а подумать, как максимально эффективно использовать обучение сотрудников. Возможно, уменьшить стоимость участия в обучении, за счет получения скидки, отправить сотрудника, который потом сможет поделиться опытом с коллегами непосредственно на производстве, по итогу обучения внедрить обязательные четкие предложения по модернизации, оптимизации и улучшению производства.

2. Снижение затрат на связь может показаться вполне разумной и необходимой мерой в период кризиса, но в отношении внедрения лимитов для отделов и работников, чья работа непосредственно заключается в решении вопросов сбыта, поставки, международных связей, маркетинга, это недопустимо. В таком случае можно предложить установить стандарт или регламент в отношении оплаты телефонной, сотовой связи, а также Интернета. Что касается подразделений, непосредственно работающих с помощью Интернета, то они должны максимально эффективно использовать многочисленные возможности и интернет-инструменты, которые предоставляет глобальная сеть, чтобы оправдать и окупить те расходы, которые будут тратиться компанией по этой статье затрат. Это же касается и расходов на создание и содержания сайта организации, эти затраты вполне обоснованы и понятны, но и их можно сократить, не снижая качества получаемой услуги. Хостинг можно заказывать и оплачивать за рубежом (там это на порядок дешевле) и расплачиваться можно электронными деньгами, которые даже не войдут в структуру себестоимости.

3. При наступлении кризиса рекомендуется сократить количество деловых поездок и командировок. Полностью отказаться от них в пользу телефонных переговоров, онлайн-совещаний, переписок не получится, ведь зачастую многие важные и сложные вопросы решаются при личной встрече. Поэтому можно интенсифицировать работу с командировками: отправлять в поездки сотрудников, умеющих максимально эффективно организовывать свою работу, готовиться к поездке, планируя точный режим встреч, совещаний, требовать полную и четкую отчетность о результатах поездки.

4. Привлечение консультантов и независимых экспертов позволяет получить более объективную оценку, взглянуть на работу предприятия или проблему со стороны, дает мощный импульс развитию бизнеса, но является затратным мероприятием, без которого в кризисный период можно обойтись.

Предприятие может самостоятельно разработать программу развития, предложить варианты решения, модернизации, консалтинга. Но если предприятие уже давно работает с независимым экспертом, который занимает непредвзятую позицию, не лоббирует на предприятии другие виды дополнительных затрат, в которых он сам прямо или косвенно может быть заинтересован, сопровождает деятельность и развитие этой компании, то расходы на эту работу нельзя сокращать ни в коем случае.

5. С осторожностью нужно принимать решения по сокращению затрат на содержание запасов. Данная статья расходов отвечает за логистические и производственные риски, возможность наступления которых в период кризиса значительно возрастает. Даже проверенные крупные поставщики могут приостановить свою работу, производственные предприятия закрыться, перевозчики лишиться возможности осуществлять поставки, соответственно, на предприятии должен быть стратегический запас, на содержании которого сэкономить будет себе дороже.

6. Уменьшение расходов на рекламу может быть достигнуто поиском более дешевых методов продвижения, информирования, сбыта. Это могут быть новые креативные идеи «партизанского маркетинга», технологии «рекламы без рекламы», партнерский маркетинг. Нельзя отказываться от хорошо работающей рекламы, которая доказала свою эффективность, в этом случае стоит подумать о перераспределении бюджета маркетинга, но не полного отказа от него.

7. Сокращение расходов на техническое обслуживание увеличивает производственные риски, так как предприятие может потерять гораздо больше из-за простоя, сэкономив незначительные средства в виде затрат на обслуживание [4].

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что поиск резервов снижения себестоимости индивидуален для каждого предприятия, все зависит от размеров организации, объема выпуска, специфики производства, квалификации персонала, сферы деятельности. Однако на каждом предприятии эти резервы есть, и необходимо предпринимать меры для реализации принципиально значимых шагов по снижению себестоимости.

Библиографический список

1. Жалевич, А.И. Финансовый менеджмент: издержки и прибыльность: пресс-релиз / А.И. Жалевич. – Москва: Институт системных инноваций, 2019. – 210 с. – Текст: непосредственный.
2. Беляев, С.И. Управление затратами: учебник / С.И. Беляев. – Санкт-Петербург: СПбГУНиПТ, 2002. – 47 с. – Текст: непосредственный.
3. Александрова, С.И. Прогрессивные методы управления затратами и пути их применения в российской практике / С.И. Александрова // Символ

науки. – 2015. – № 4. – URL: <http://cyberleninka.ru> (дата обращения: 14.04.2020). – Текст: электронный.

4. Юркова, Т.И. Экономика предприятия: учебник / Т.И. Юркова, С.В. Юрков. – Москва: Форум, 2006. – 254 с. – Текст: непосредственный.

УДК 336.27(574)

Ольга Владимировна Кошкина

д-р филос. наук, доцент Университета Международного бизнеса

г. Алматы, Республика Казахстан;

Рысбек Шаттықұлы Бисембай

магистрант специальности «Финансы»

Университета Международного бизнеса

г. Алматы, Республика Казахстан

ВНЕШНИЙ ДОЛГ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ РЕШЕНИЯ

Главой государства в Послании народу Казахстана от 14 декабря 2012 г. «Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства» перед органами государственного финансового контроля назначена задача по понижению внешнего долга (ВД) на основе самого передового мирового опыта [1].

Одной из наиболее актуальных проблем на данном этапе развития экономики Республики Казахстан является отсутствие государственной политики регулирования процесса формирования валового внешнего долга (ВВД) республики.

Будущее всей страны, устойчивый политический, социальный и экономический рост в большой степени зависят от уровня, структуры и состава ВД. Оптимальное формирование ВД Республики Казахстан и его эффективное обслуживание позволят снизить внешнюю задолженность, не препятствуя внутренним процессам развития в государстве.

В последние годы в Республике Казахстан, при постепенном уменьшении обязательств по гарантированному государством и государственному ВД, отмечается устойчивая тенденция увеличения негарантированной части ВД. Такая динамика обусловлена увеличением межфирменной задолженности, не обеспеченной государственными гарантиями и заемными операциями банков второго уровня и организациями. Также крупные компании и отечественные банки, пользуясь неплохими условиями для заимствований, продолжают наращивать объемы привлекаемых с зарубежных финансовых рынков ресурсов.

Главным недостатком внешних заимствований является то, что значительные выплаты по погашению и обслуживанию ВД отвлекают финансовые ресурсы из реального сектора экономики, а несвоевременное погашение ВД опасно последствиями для экономической безопасности страны. Размер ВВД Республики Казахстан приближается к размерам ее ВВП. С каждым днем повышаются платежи по обслуживанию и погашению ВД, которые уже составляют миллиарды долларов в год. Поэтому в последние годы отмечается избыточная ликвидность и дефицит финансовых инструментов для инвестирования. Все это определяет объективную значимость совершенствования системы эффективного формирования и обслуживания ВД Республики Казахстан.

Высокая практическая значимость, недостаточная разработанность вопросов эффективного формирования и обслуживания ВД применительно к условиям Республики Казахстан и его влияние на экономику, а также недостаток практических рекомендаций в этой области определили выбор и обусловили актуальность данного исследования.

ВВД – сумма непогашенных и освоенных негосударственных и государственных внешних займов на установленную дату. Он содержит гарантированный государством ВД, государственный внешний долг (ГВД) и негосударственный ВД.

Современный ГВД состоит только из долга Правительства Республики Казахстан, так как Национальный Банк Республики Казахстан не привлекает внешних ресурсов. Гарантированный государством ВД и негосударственный ВД – это долг корпоративных субъектов экономики.

Как показали итоги исследования, проведенного авторами статьи, удельный вес государственного и гарантированного государством ВД в объеме ВВД Республики Казахстан за исследуемый период значительно сократился – с 31 % в 2014 г. до 5,7 % в 2019 г. (см. таблицу).

Динамика структуры ВВД Республики Казахстан на конец периода, % [2]

Показатель	Годы					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ВВД всего, в том числе:	100	100	100	100	100	100
– государственный ВД	25,9	21,5	16,1	13,4	8,3	4,3
– гарантированный государством ВД	5,1	3,5	2,9	2,4	1,9	1,4
Итого государственный и гарантированный государством внешний долг	31,0	25,0	19,0	15,8	10,2	5,7
Долг частного сектора, негарантированный государством	69,0	75,0	81,0	84,2	89,8	94,3
– из него межфирменная задолженность	54,6	58,6	58,7	52,3	52,0	44,8

Во-первых, это связано с многократно возросшей долей ВД корпоративного сектора экономики. Во-вторых, объем погашения ранее привлеченных кредитов превышает объемы нового освоения по гарантированному государством и государственному ВД.

Доля корпоративного ВД, негарантированного государством, за исследуемый период увеличилась с 69 % до 94,3 %. Основной прирост негосударственного ВД произошел за счет заимствований банков второго уровня и филиалов иностранных компаний, действующих в республике (межфирменная задолженность).

Крупнейшими кредиторами Правительства Республики Казахстан являются Кредитное Агентство Правительства Германии, Фонд развития Абу-Даби, Саудовский фонд развития, Европейский банк реконструкции и развития, Японский банк международного сотрудничества, Международный банк реконструкции и развития, Азиатский банк развития, Исламский банк развития, Кувейтский фонд Арабского экономического развития, иностранные коммерческие банки.

По степени внешней задолженности Республика Казахстан в настоящее время относится к странам с умеренным уровнем долга. В особенности, если учесть, что более половины объема ВД составляет межфирменная задолженность, которая, соответственно, международной практике наименее подвержена риску дефолта.

Главным критерием для оценки подверженности заимствования дефолтам в обслуживании внешних займов является норма обслуживания долга — отношение платежей по обслуживанию долга к экспорту услуги товаров. Рост этого показателя обозначает все высокие претензии нерезидентов на экспортную выручку страны. В случае если эта выручка склонна к сильным колебаниям, например экспорт первичных продуктов, страна более подвержена состоянию дефолта из-за неустойчивости цен на мировых рынках сырьевой продукции.

Эти причины требуют необходимость учитывать ряд других индикаторов внешней задолженности, которые характеризуют потенциалы государства-заемщика погасить свой ВД за счет собственных ресурсов. К ним относятся: ВВД на душу населения, отношение платежей по обслуживанию и погашению долга к экспорту услуги товаров, отношение ВД к ВВП и его отношение к объему годового экспорта страны.

Приведенный анализ относительных и абсолютных показателей ВД Республики Казахстан свидетельствует о том, что в настоящее время наше государство относится к странам с умеренным уровнем ВД. Поэтому грамотное формирование структуры ВД поможет увеличить эффективность использования внешних ресурсов, а также облегчит обслуживание ВД Республики Казахстан, что позволит дальше поддерживать умеренный уровень ВД.

Таким образом, в дальнейшем необходимо организовать Агентство по контролю и регулированию ВВД, которое будет определять потребности в заимствованиях на рефинансирование и необходимость в реструктуризации внешних обязательств. Также необходимо организовать организационную структуру контроля и регулирования ВВД Республики Казахстан. Основными участниками такой структуры будут Парламент РК, Министерство Финансов РК, Правительство РК, Национальный банк РК и предлагаемое Агентство по контролю и регулированию ВВД РК, что повысит эффективность обслуживания ВВД Республики Казахстан.

Для эффективного обслуживания ВВД Республики Казахстан необходимо: использовать различные варианты реструктуризации внешнего долга, которые являются приемлемыми для Казахстана в современных условиях; контролировать и регулировать валютный состав внешнего долга; ежегодно контролировать уровень выплат по внешнему долгу; разработать систему оценки рисков внешнего заимствования, а также систему оценки рисков портфеля внешних долговых обязательств.

Библиографический список

1. «Стратегия «Казахстан – 2050»: новый политический курс состоявшегося государства: послание Президента Республики Казахстан – Лидера нации Нурсултана Назарбаева народу Казахстана от 14 декабря 2012 г. // Официальный сайт Президента Республики Казахстан. – URL: <http://www.akorda.kz/ru> (дата обращения: 10.04.2020). – Текст: электронный.

2. Платежный баланс и внешний долг Республики Казахстан за 9 месяцев 2019 года / Национальный банк Казахстана. – URL: <https://nationalbank.kz/cont/BoP3q2019%20rus.pdf> (дата обращения: 14.04.2019). – Текст: электронный.

УДК 330:06.068

Ирина Степановна Кувалдина

канд. экон. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Михаил Сергеевич Прокопенко

обучающийся 3-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

НОБЕЛЕВСКИЕ ПРЕМИИ ПО ЭКОНОМИКЕ: ЕСТЬ ЛИ ШАНС У РОССИЙСКИХ УЧЕНЫХ-ЭКОНОМИСТОВ?

Международные Нобелевские премии, названные по имени их учредителя шведского инженера-химика Альфреда Нобеля, присуждаются ежегодно за выдающиеся работы в области физики, химии, медицины и физиологии, экономики, за литературные произведения и за деятельность по укреплению

мира. Присуждение Нобелевских премий поручено Шведской Королевской академии наук в Стокгольме (по физике, химии, экономике), Королевскому Каролинскому медико-хирургическому институту в Стокгольме (по физиологии и медицине) и Шведской академии в Стокгольме (по литературе). В Норвегии Нобелевский комитет парламента присуждает Нобелевские премии мира. Первые Нобелевские премии были присуждены в 1901 г. [1].

В отличие от других Нобелевских премий, премия в области экономики не является наследием Альфреда Нобеля. Премия учреждена Шведским государственным банком, в год его 300-летнего юбилея, вручается за достижения в экономических науках и является самой престижной премией в области экономики. С тех пор финансовая организация ежегодно отчисляет Нобелевскому комитету сумму, равную размеру премии – 10 млн крон, т. е. около 1,4 млн долларов. От лауреата требуется выступление с «Нобелевской мемориальной лекцией», которая затем публикуется Нобелевским фондом в особом томе вместе с лекциями Нобелевских лауреатов по другим наукам. С 1969 г. Нобелевскую премию по экономике получили 58 человек, 43 из которых являются гражданами США [2].

Отбор на Нобелевские премии по экономике осуществляется как по цитируемости, так и по возрасту. Есть так называемая Медаль Кларка, которая присуждается раз в 2 года самому выдающемуся экономисту США до 40 лет. Имеются примеры, когда многие из тех, кто получил медаль Кларка, потом получили Нобелевскую премию. Есть целый ряд сильных экономистов, о которых сейчас говорят, что они являются претендентами на получение Нобелевской премии. Обычно экономическое сообщество предсказывает будущего лауреата достаточно хорошо.

За последние пять лет лауреатами Нобелевской премии по экономике были, в основном, американские ученые-экономисты [3].

Так, в 2015 г. Ангус Дитон получил премию по экономике за исследования в области мирового перераспределения доходов. Он изучал состав потребительских корзин людей в отдельных развивающихся странах и связывал это с размером минимальной оплаты труда. В 2016 г. Оливер Харт и Бенгт Хольмстрем получили премию за исследования в области экономики фирмы. В своих работах ученые вывели формулу оплаты труда и предложили способы роста производительности труда. В 2017 г. Нобелевскую премию присудили Ричарду Талеру из Чикагского университета. Он был одним из первых экономистов, кто начал использовать в теоретических моделях идею о том, что люди принимают решения не так взвешенно, как это описано в учебниках. Совершая выбор, человек руководствуется своими собственными ощущениями и своей системой отсчета, что помогает понять, как эта система влияет на поведение человека. В 2018 г. лауреатами стали Пол Ромер и Уильям Нордхаус за исследования феномена экономического развития человечества.

Ромер заявил, что технологии не берутся из воздуха и их появлению способствует грамотная политика государства. Более того, новые, более развитые способы производства тех или иных благ являются следствием рыночной экономики и необходимости борьбы с монополиями. Нордхаус, в свою очередь, обратил внимание на прямую взаимосвязь благосостояния общества с парниковым эффектом. В 2019 г. Нобелевская премия по экономике была присуждена американским ученым Эстер Дюфло, Абиджиту Банерджи и Майклу Кремеру за их экспериментальный и новый подход к получению ответов о лучших способах борьбы с глобальной бедностью. В пресс-релизе Нобелевского комитета было указано, что более 700 миллионов человек живут на очень низкие доходы, каждый год около пяти миллионов детей в возрасте до пяти лет умирают от болезней, которые можно предотвратить или вылечить с помощью недорогих методов лечения.

Результаты ученых во многих странах мира, которые последовали по стопам трех нобелевских лауреатов, значительно улучшили на практике способность бороться с бедностью. Например, во многих странах были выделены крупные суммы на проведение профилактических мероприятий в области здравоохранения.

Часто приходится слышать, что американское неформальное доминирование в Нобелевском комитете по экономике обеспечивает этой стране беспрецедентное лидерство в количестве лауреатов. Такое доминирование нельзя сбрасывать со счетов. Но нельзя учитывать и причины, которые позволили США достичь такого доминирования.

Американцам удалось добиться значительной эффективности научных, в том числе фундаментальных экономических исследований, и в этом кроется залог успеха. Однако необходимо отметить, что доминирование экономистов из США в списке нобелевских лауреатов в области экономики не всегда справедливо, поскольку европейские экономисты не менее достойны этой награды.

Есть ли шанс у российских ученых-экономистов получить Нобелевскую премию по экономике в настоящее время?

Единственным отечественным лауреатом Нобелевской премии по экономике является Леонид Канторович, получивший ее в 1975 г. за вклад в теорию оптимального распределения и использования сырьевых ресурсов, один из создателей теории оптимального планирования и управления народным хозяйством. Метод Канторовича, известный как метод линейного программирования, нашел широкое применение во всем мире [4, 2].

В 2007 г. экономическая Нобелевская премия была присуждена за фундаментальные исследования в области теории разработки механизмов и имела некоторое отношение к России, поскольку один из лауреатов, американец Леонид Гурвиц, родился в 1917 г. в Москве. Применить теорию игр к

анализу рыночных решений Гурвиц придумал еще в 1960-х гг. Информация между покупателем и продавцом почти всегда распределена неравномерно, и теория оптимальных механизмов помогает понять, насколько эффективен в этих условиях механизм перераспределения ресурсов. Механизмы нахождения оптимальной модели распределения ресурсов в условиях неполной и скрытой информации могут применяться в самых разных сферах [5].

Наличие только одного представителя России среди лауреатов Нобелевской премии в области экономики многие эксперты [3, 6] объясняют слабостью национальной экономической науки во времени СССР, неразвитостью рыночных отношений, оторванностью от экономических исследований мирового сообщества.

Чтобы российские ученые-экономисты получали премии, им нужно создать условия для занятий наукой. Это не просто высокая зарплата. Ученые должны чувствовать, что занимаются достойным делом, хотя и получают не так много, как могли бы получать за границей. Крупных ученых могло быть больше, если бы работа по «выращиванию» талантливых ученых во всех областях, в том числе и в области экономики, начиналась не только с вузов, но и проводилась в школах, где бы вовремя находили всех талантливых детей и помогали им развиваться.

Престиж науки, в том числе и экономике, в России был очень подорван, детям говорили только о том, что они должны уметь зарабатывать деньги. Чтобы поднять науку на более высокий уровень, должна поменяться система ценностей. Звание ученого должно стать уважаемым, чтобы все понимали, что общество достойно оценивает их работу.

Кроме того, мало внимания уделяется регионам. Все ученые-экономисты или из Москвы, или из Петербурга. Есть много талантливых школьников и студентов по всей России, но они остаются вне науки. Их нужно искать и поддерживать.

Сейчас в России положение науки и экономики нельзя назвать стабильным. Число научно-исследовательских организаций в России, по сравнению с 1992 г., сократилось на 20 %, а численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками, уменьшилось в 2,2 раза. Несмотря на значительный рост финансирования научных исследований, результативность их остается недостаточно высокой [7].

Вместе с тем, хотелось бы отметить, что в последнее время в России активизировалась работа по поддержке талантливой молодежи, что вселяет определенные надежды на улучшение ситуации. К основным формам поддержки талантливой молодежи в России относятся стипендии, гранты, конкурсы научных работ, олимпиады, конкурсы инновационных проектов, конкурсы научно-технического творчества [8]. Большая надежда на возрождение экономической науки связана с Российской экономической школой.

Создан Центр экономических и финансовых разработок РЭШ (ЦЭФИР РЭШ), который проводит прикладные исследования для содействия экономическому и социальному развитию России, в том числе для таких организаций, как Банк России, Счетная палата, Министерство экономики, Министерство финансов и др. Центр уделяет значительное внимание распространению полученных результатов, повышению информированности широких слоев общества и формированию общественного мнения по актуальным вопросам экономики. Главное конкурентное преимущество ЦЭФИР РЭШ – признанное высокое качество проводимых исследований. В 2013 г. в РЭШ создана Лаборатория исследования социальных отношений и многообразия общества (ЛИСОМО) на средства мегагранта Правительства РФ для поддержки научных исследований, проводимых под руководством ведущих ученых. Лаборатория проводит научные и прикладные исследования влияния разнообразия и культуры на экономическое развитие стран и регионов. Лаборатория привлекает студентов РЭШ и других университетов в научную деятельность, проводит международные конференции и школы по темам, охватывающим вопросы регионального разнообразия, неравенства и идентичности.

В 2019 г. совместно с бизнес-школой СКОЛКОВО и компанией Mastercard создан Центр исследований финансовых технологий и цифровой экономики СКОЛКОВО-РЭШ, который занимается прикладными исследованиями в области финансов, платежей и цифровой экономики. В числе разрабатываемых тем – цифровизация российских регионов, макрофинансы, управление активами и доступность финансовых услуг для малого и среднего бизнеса. Центр также занимается образовательными программами для бизнес-сообщества [9].

Это вселяет оптимизм, и хочется верить, что у Российских ученых-экономистов в недалеком будущем появится шанс получить Нобелевскую премию по экономике. Пожелаем российским ученым-экономистам удачи!

Библиографический список

1. Нобелевские премии. История и условия награждения // Вести.Ru: [сайт]. – URL: <https://www.vesti.ru/doc.html?id=117117> (дата обращения: 10.04.2020). – Текст: электронный.
2. Нобелевская премия в области экономики: справка // РИА Новости: [сайт]. – URL: <https://ria.ru/20081013/153027139.html> (дата обращения: 12.04.2020). – Текст: электронный.
3. Цегоев, В. Метод экспериментов: за что профессорам из США вручили Нобелевские премии по экономике / В. Цегоев // RT на русском: [сайт]. – URL: <https://russian.rt.com/business/article/677017-nobelevskaya-premiya-ekonomika-2019> (дата обращения: 18.04.2020). – Текст: электронный.

4. Велетминский, И. Экономику поделили на троих / И. Велетминский // Российская газета: [сайт]. – 2007. – № 0(4493). – URL: <https://www.rg.ru/2007/10/16/nobel.html/> (дата обращения: 21.04.2020). – Текст: электронный.

5. Нобелевская премия по экономике // Мир знаний: [сайт]. – URL: https://mirznanii.com/a/250661/nobele_vskaya-premiya-po-ekonomike/ (дата обращения: 14.04.2020). – Текст: электронный.

6. Грозовский, Б. Нобелевская премия за оптимальные правила / Б. Грозовский, У. Горбольская, М. Оверченко // Ведомости: [сайт]. – 2007. – URL: <https://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2007/10/16/nobelevskaya-premiya-za-optimalnye-pravila> (дата обращения: 21.04.2020). – Текст: электронный.

7. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. – Москва, 1999 – URL: <https://www.gks.ru/> (дата обращения: 21.04.2020). – Текст: электронный.

8. Никольский, В.С. Основные формы поддержки талантливой молодежи в России / В.С. Никольский. – URL: <http://www.innoj.tversu.ru> (дата обращения: 21.04.2020). – Текст: электронный.

9. РЭШ: исследовательские центры. – URL: <http://www.nes.ru> (дата обращения: 21.04.2020). – Текст: электронный.

УДК 338.1(574)

Наиля Капеновна Нурланова
доктор экономических наук, профессор,
Институт экономики Комитета науки
Министерства образования и науки
Республики Казахстан, г. Алматы

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ В РЕГИОНАХ: ТЕОРИИ И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ В КАЗАХСТАНЕ

В мировой науке о пространственном развитии экономики сформировались различные теории, объясняющие закономерности и особенности регионального роста. В условиях современных трендов «Индустрии 4.0», цифровизации экономики, появления новых факторов экономического роста и увеличения их мобильности возникает необходимость переосмысления существующих теорий экономического роста для адаптации их к специфике страны.

Целью статьи явилось исследование теорий регионального роста и определение возможностей их реализации в экономике Казахстана с учетом особенностей его пространственного развития.

Наибольшее признание получили новые теории регионального роста, которые базируются на возрастающей отдаче от масштаба, предполагают формирование региональных кластеров, цепочек добавленной стоимости, развитие «экономики знаний», национальной и региональной системы инноваций.

Например, П. Кругман отметил, что экономика существует и занимает место на карте [1]. А. Маршалл сосредоточился на организационном факторе территориального развития производства [2, с. 206; 347–369]. Он первым ввел понятие промышленного района как сосредоточения на одной территории предприятий, использовавших внешнюю экономию от масштабов производства. Его идеи были прообразом современной локализации производства и позднее нашли отражение в концепции кластеров М. Портера [3].

Современные тенденции формирования «точек роста» объясняют концепции Г. Мюрдаля [4], Ф. Перру [5], П. Потье. Их теории базируются на таких положениях, как возникновение центров роста и каналов его распространения в пространственной экономике, образование агломераций и центральных мест, диффузия инноваций, развитие периферийных территорий. Исходя из положений этих теорий, в состав региональных факторов роста экономики включаются специализация или территориальное разделение труда, концентрация секторов экономики в пространстве.

Теорию «полюсов роста», объясняющую современную концентрацию наукоемких производств, первым обосновал французский экономист Ф. Перру. Он утверждал, что рост экономики страны во всех регионах не происходит равномерно: вначале он отмечается в некоторых пунктах или полюсах роста, затем распространяется на всю экономику [5; 6, с. 60]. Под «полюсом роста» Ф. Перру понимает центр сосредоточения и генерации инноваций, который при благоприятных условиях посредством их диффузии способен значительно повлиять на экономический рост окружающих его регионов. В основе центр-периферийной модели развития пространства страны лежит представление о ведущей роли лидирующих территорий, так называемых «точек роста» [7].

Принципиально важными для современного понимания необходимости проведения взвешенной региональной политики являются представления Ф. Перру об определяющей роли государства в создании «полюсов роста» и «каналов» распространения инноваций. Согласно этой теории, государство должно брать на себя функции уменьшения структурных и пространственных диспропорций в экономике страны и ее регионах при помощи индикативного планирования.

Преломлением теории «полюсов роста» являются идеи П. Потье об «осях развития». Они заключаются в том, что территории, расположенные между полюсами роста и обеспечивающие транспортную связь, получают дополни-

тельные импульсы роста благодаря увеличению грузопотоков, распространению инноваций, развитию инфраструктуры. Поэтому они превращаются в оси (коридоры) развития, определяющие вместе с «полюсами роста» пространственный каркас экономического роста большого региона или страны [8; 9, с. 87].

Дж. Фридман в своей теории «центр-периферия» отмечает, что экономический рост концентрируется исключительно в городах [10]. Для описания влияния центров роста на развитие периферийных территорий, выходящих за пределы центров и осей развития, Дж. Фридман и некоторые другие ученые использовали модель «диффузии инноваций». Суть этой модели состоит в том, что крупная агломерация с ее развитой промышленностью и научной базой периодически порождает импульсы инновационной деятельности, которые распространяются на периферию, что сопровождается постепенным повышением уровня благосостояния отсталых районов.

В итоге изучения теорий регионального роста можно отметить их основные характерные черты: учет реальных региональных факторов, особенно факторов размещения производства; использование инноваций и каналов их распространения как основного фактора роста территорий; оценка возможностей выравнивания межрегиональных уровней экономического развития путем диффузии инноваций и индустриализации.

Вместе с тем рассмотренные теории регионального роста не учитывают значение малых предприятий для экономики регионов. В них не учитывается роль новых форм территориальной организации производства. Главное, что эти теории более приемлемы к разработке и реализации региональной политики преимущественно в индустриально развитых странах и в меньшей степени – в развивающихся.

Поэтому возможности практического применения этих теорий в условиях Казахстана ограничены. Однако отдельные положения этих теорий могут быть реализованы в региональной политике нашей страны. К примеру, отдельные подходы теории поляризованного развития уже получили практическую реализацию в стратегическом документе Казахстана – Прогнозной Схеме территориально-пространственного развития РК до 2030 г. [11].

В данном документе определены направления и механизмы обеспечения сбалансированного регионального развития национальной экономики на основе наиболее рационального использования социально-экономического потенциала каждого региона страны. Одной из наиболее важных задач явилась территориальная концентрация человеческого капитала, промышленного производства и инновационной деятельности в приоритетных точках роста, интенсивное развитие урбанизированных зон, предпринимательской активности, обеспечение продуктивной трудовой занятости и благоприятной среды жизни населения.

В целом региональная политика, ставящая задачей формирование «точек роста», является прогрессивной с точки зрения ответа на вызовы глобальной революции «Индустрия 4.0» и создания очагов инновационной активности на территории Казахстана. В соответствии с задачами действующей прогнозной схемы предполагается достижение наиболее рациональной экономической специализации регионов в республиканском и региональном разделении труда в интересах роста конкурентоспособности всей национальной экономики. При этом в приоритетных сферах экономической специализации предполагается создание новых цифровых и высокотехнологичных производств.

Исследование возможностей формирования и развития «точек роста» на территории Казахстана, способных посылать импульсы роста на окружающую периферию, позволило определить уже сложившиеся центры экономического роста. Однако они пока не оказывают большого влияния на экономический рост и инновационное развитие страны в целом.

Для того чтобы сырьевые регионы, как лидеры роста (Атырауская, Актыубинская, Западно-Казахстанская, Мангистауская и частично Кызылординская области), смогли удержать свои позиции при сложившейся неблагоприятной конъюнктуре мирового рынка на углеводородное сырье, необходимы: масштабная технологическая модернизация традиционных секторов экономики на базе современных технологий; создание новых производств, перерабатывающих сырье на базе прорывных технологий (когно-, инфо-, нано-, био-) и IT-технологий. Здесь рекомендуется государственная поддержка новых производств обрабатывающей промышленности, ориентированных на глубокую переработку сырья и выпуск продукции с высокой добавленной стоимостью путем предоставления налоговых и таможенных льгот, стимулирования инвестиций, предоставления государственных субсидий и гарантий и т. п.

В индустриальных регионах (Восточно-Казахстанская, Карагандинская, Павлодарская, Актыубинская, частично Северо-Казахстанская, Южно-Казахстанская и Атырауская области) необходимы: создание законченного цикла производственной цепочки, заимствование и адаптация новых технологий, формирование инновационных кластеров, развитие малого и среднего бизнеса. Здесь также важна активная поддержка со стороны государства креативных индустрий [12].

Перспективными зонами роста являются агропромышленные регионы (Костанайская, Акмолинская, Алматинская, Северо-Казахстанская, Южно-Казахстанская области). Они имеют большой аграрный потенциал, развитую индустрию (Костанайская и Южно-Казахстанская области), а в южных регионах – и лучшую демографическую ситуацию. Решение проблем этих регионов лежит в плоскости более эффективной политики пространственного развития и стимулирования использования имеющихся ресурсов роста.

Здесь важно обеспечить максимально полную переработку сельскохозяйственного сырья и выход на мировые рынки с высококачественной готовой продукцией. Необходимо внедрение передовых технологий для посевной и уборки урожая, «умного полива»; создание интеллектуальных систем корма скота, внесения минеральных удобрений и борьбы с вредителями и сорняками; применение «беспилотной» сельхозтехники. Большой эффект даст создание и продвижение на мировые рынки национального бренда натуральных и экологически чистых продуктов питания «Сделано в Казахстане».

«Точками роста» цифровой экономики являются города Нур-Султан и Алматы, где реализуются проекты «умный город» (англ. Smartcity); осуществляется разработка, трансфер и внедрение «умных» технологий (англ. SmartSolution) во всех секторах экономики и сферах деятельности. Например, формирование Smartcity в Алматы включает реализацию системных цифровых проектов в сферах безопасности, мониторинга селевой активности, общественного транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, образования и здравоохранения. На правом берегу Нур-Султана планируется создание «умного» района с цифровизацией жилищно-коммунального хозяйства, благоустройства города, социальной инфраструктуры.

В особой государственной поддержке нуждаются депрессивные регионы (Жамбылская, Северо-Казахстанская области, отдельные районы Восточно-Казахстанской, Южно-Казахстанской, Алматинской, Кызылординской областей). Главное направление, способное обеспечить подъем экономики данных регионов, – это развитие транспортно-логистической и коммуникационной инфраструктуры, позволяющей нивелировать фактор удаленности территорий от центров; повсеместное распространение Интернета; возрождение национальных ремесел и народных промыслов. Важно стимулировать развитие социальной инфраструктуры и медицинского обслуживания путем широкого использования механизмов государственно-частного партнерства.

Тем самым, можно говорить о постепенной перестройке старой модели экономического развития на новую модель «точек роста» наукоемкой экономики в регионах Казахстана.

Библиографический список

1. Кругман, П. Пространство: последний рубеж / П. Кругман // Пространственная экономика. – 2005. – № 3. – С. 121–126. – Текст: непосредственный.
2. Маршалл, А. Принципы экономической науки. Т. I.: перевод с английского / А. Маршалл. – Москва: Прогресс, 1993. – 415 с. – Текст: непосредственный.
3. Porter, M.E. Clusters and the New Economics of Competition / M.E. Porter // Harvard Business Reviews. – 1988. – November-December. – P. 77–90. – Text: direct.

4. Мюрдаль, Г. Современные проблемы «третьего мира». Драма Азии: перевод с английского / Г. Мюрдаль; общая редакция Р.А. Ульяновского. – Москва: Прогресс, 1972. – 767 с. – Текст: непосредственный.

5. Перу, Ф. Экономическое пространство: теория и практика / Ф. Перу // Пространственная экономика. – 2007. – № 3. – С. 17–25. – Текст: непосредственный.

6. Гутняк, В.Я. Институциональная парадигма в политической экономии: на примере Франции / В.Я. Гутняк. – М.: Наука, 1999. – 174 с. – Текст: непосредственный.

7. Perroux, F. Note sur les notion de pole de croissance / F.Perroux // Economie Appliquee. – 1955. – № 7 (1–2). – С. 307–320. – Text: direct.

8. Pottier, F. Axes de communication et. developpement economique: in French / F. Pottier // Revue Economique. – 1963. – № 31. – Р. 12–58. – Text: direct.

9. Гранберг, А.Г. Основы региональной экономики / А.Г. Гранберг. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 495 с. – Текст: непосредственный.

10. Fredmann, J. Urbanization Planning and National Development / J. Fredmann. – Beverly Hills, London, 1973. – Text: direct.

11. Прогнозная схема территориально-пространственного развития РК до 2030 г.: постановление Правительства РК от 9 октября 2019 г. № 185 // Институт экономических исследований: [сайт]. – URL: <https://www.eri.kz/info/events/ukazom-prezidenta-respubliki-kazakhstan-ot-9-oktyabrya-2019-goda-185-prinyata-prognoznaya-skhemater/> (дата обращения: 30.03.2020). – Текст: электронный.

12. Нурланова, Н.К. Региональная парадигма устойчивого развития Казахстана: проблемы теории и практики: монография / Н.К. Нурланова. – Алматы: Институт экономики КН МОН РК, 2010. – 328 с. – Текст: непосредственный.

УДК 658.1

Айгуль Аралбаевна Нурпеисова
канд. экон. наук, доцент университета «Туран-Астана»;
Нургуль Аскаркызы Скахова
магистрантка 1-го курса университета «Туран-Астана»,
г. Нур-Султан, Республика Казахстан

К ВОПРОСУ О ПОНЯТИИ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Успешная деятельность любого предприятия зависит от состояния и степени развития его инфраструктуры. Выяснение теоретических основ инфраструктурного обеспечения развития предприятия предполагает, прежде всего, рассмотрения подходов, существующих в литературе, к данному понятию.

Анализируемый нами термин изначально зародился в истоках военной науки, военного общества. По мнению военных служб, инфраструктура предназначалась для успешной реализации собственных милитаристических целей и задач. Это и было зафиксировано как первое упоминание категории «инфраструктура» – приблизительно в конце 40-х гг. XX в.

При исследовании теоретических и методологических основ и условий для формирования категории «инфраструктура» мы выявили, что данный термин, как научная категория, зародился в трудах представителей классической политической экономики. Экономическая сущность инфраструктуры была изложена К. Марксом в его труде «Капитал» в контексте раскрытия условий и особенностей развития производства [1]. Тем самым он определенно внес вклад в формирование понятия «инфраструктура».

В дальнейшем экономистами-учеными кейнсианской теории данный термин стал изучаться более расширенно. Яркие предствители – активные в американском и европейском экономическом сообществе ученые (Р. Нурсе, А. Гиршман, П. Розентейн-Ротан, У. Росоу, А. Янсон, П. Самуэлс и др. [2–5]) в своих теориях экономического роста и теориях производства общественных продуктов вполне обосновывали необходимость обеспечения инфраструктурного оснащения для эффективного экономического роста.

По их воззрениям, инфраструктура играла важную роль в обеспечении диверсификации роста в экономическом плане. Инфраструктура предприятия подразумевалась ими как необходимость проведения мер социального характера путем развития дополнительных, в помощь основному производству, отделов и объектов фирмы. В целом это все формирует инфраструктуру производства.

Итак, в общих словах можно сказать, что именно западные исследователи стали более глубоко освещать макроэкономические проблемы, в том числе и вопросы, связанные с формированием внепроизводственных связей и необходимостью практического развития объектов инфраструктуры предприятий производства.

В частности, вклад ученых кейнсианской теории заключается в научной попытке обоснования экономической сущности инфраструктуры. Также представители данного учения совершили попытку методологического изучения инфраструктуры предприятия, а именно – классифицировать объекты инфраструктуры, анализировать основные характеристики обеспечения инфраструктурного сопровождения качественного интенсивного развития производства.

Как известно, советская школа научного мира также внесла свою лепту в вопросы исследования сущности, значения и роли инфраструктуры предприятия.

тия. В период конца 60-х – начала 70-х гг. советские экономисты своими доводами опровергли прозападную концепцию «социальных накладных издержек» и подвергли ее постулаты аналитическому изучению и аргументации против неё. Советскими учеными была дана собственная трактовка понятия «инфраструктура».

На наш взгляд, важно подчеркнуть, что теоретические разработки ученых Советского Союза остаются актуальными и в наше время. Взгляды советских ученых-экономистов на выявление природной экономической сути и значения инфраструктурного производственного развития, обозначение ее ролевой значимости в структуре общественного развития имеют большую практическую ценность и в контексте современного Казахстана. В их трудах и исследованиях дана классификация элементов инфраструктуры предприятия.

Помимо экономистов-ученых, в теоретическо-методическое обоснование инфраструктуры предприятия и в изучение ее места в регионально-территориальном развитии страны внесли свой вклад и ученые-географы. Мы считаем, что точка зрения географического сообщества на категорию «инфраструктура» обогащает научные результаты экономических школ и их представителей. Это говорит о междисциплинарном подходе к формированию инфраструктуры предприятия.

В географии экономического толка ключевое внимание уделяется изучению инфраструктуры с позиции регионализации, а также с позиции увязки процессов рационального размещения производительных сил, районирования, реорганизации так называемых ТПК (территориально-производственных комплексов) и т. д.

Мы полностью согласны с этим. Ведь для эффективного развития того или иного региона или территории необходима развитая инфраструктура: дороги, мосты, больницы, почта, отделения связи, коммуникации и др.

И здесь также можно сказать, что именно от специфики того или иного региона или территории зависит формирование отличительной от других городов или населенных пунктов собственной инфраструктуры. Для районов туристического направления, мы считаем, необходимо больше развивать объекты сервисной инфраструктуры, например, пункты питания, отдыха, гигиены и т. п. В районах, городах, территориях, где существует сельскохозяйственная специализация, акцент надо делать на развитии и расширении объектов производственной инфраструктуры, имея ввиду цеха по переработке и хранению овощей, плодов и фруктов, заготовительные цеха, овощехранилища и т. д.

Одним словом, мы полагаем, что взгляды географической науки на понятие и роль инфраструктуры также должны иметь место, поскольку они обогащают научную литературу по данной проблематике.

Далее отметим, что, помимо географической науки, своими подходами выделяются исследования и труды социологов. Социология рассматривает

изучаемую нами проблематику через призму необходимости социального планирования, организации и менеджмента трудовой деятельности, способствующих нормальным условиям и качественному уровню жизни населения.

Исследование теоретических основ организации инфраструктуры социального управления на предприятиях требует рассмотрения точки зрения и других авторов, в частности изложенных в учебных пособиях.

Так, Коршунов В.В. в учебном пособии «Экономика организации (предприятия)» дает следующее определение: «Инфраструктура предприятия – это совокупность подразделений по созданию материальных условий, обеспечивающих бесперебойное и эффективное функционирование производственного процесса, а также подразделения по социальному обслуживанию коллектива» [6].

Грибов В. и Грузинов В. предлагают такое определение: «Инфраструктура предприятия – это подразделения по обслуживанию основного производства, а также социальному обслуживанию коллектива» [7].

Обобщив данные определения, мы можем сказать, что понятие инфраструктуры предприятия подразумевает всегда совокупность неких подразделений, задача которых – тем или иным способом содействовать бесперебойной и разумно-эффективной деятельности самого предприятия или организации. Наряду с этим, хотелось бы отметить, что представленные выше определения понятия «инфраструктура предприятия» характеризуют ее как вспомогательные структурные единицы. Данный подход представлен во всех учебных пособиях и учебниках по экономике предприятия или организации производства.

Библиографический список

1. Маркс, К. Капитал. Т. 2 / К. Маркс; отредактирован и опубликован в 1885 г. Ф. Энгельсом // Эсперанто: [сайт]. – URL: www.esperanto.mv.ru/Marksismo/Kapital2/index.html (дата обращения: 10.04.2020). – Текст: электронный.
2. Ragnar Nurkse. Trade and Development / Nurkse Ragnar; eds. R. Kattel, J.A. Kregel, Erik S. Reinert. – London; New York: Anthem, 2009. – Text: direct.
3. Блауг, М. 100 великих экономистов после Кейнса / М. Блауг. – Санкт-Петербург: Экономикс, 2009. – С. 350–353. – Текст: непосредственный.
4. Розенштейн-Родан, П. Экономика развития: модели становления рыночной экономики / П. Розенштейн-Родан, У. Росту. – Москва: Норма, 2008. – С. 26–37. – Текст: непосредственный.
5. Самуэльсон, П. Чистая теория общественных расходов / П. Самуэльсон // Вехи экономической мысли. Т. 4: Экономика благосостояния и общественный выбор / под общей редакцией А.П. Заостровцева. – Санкт-Петербург: Экономическая школа, 2004. – С. 371–376. – Текст: непосредственный.

6. Экономика организации // Studme.org: [сайт]. – URL: https://studme.org/1686061822866/ekonomika/ekonomika_organizatsii (дата обращения: 17.04.2020). – Текст: электронный.

7. Экономика предприятия // Центр Креативных Технологий: [сайт]. – URL: <https://www.inventech.ru/lib/predpr> (дата обращения: 17.04.2020). – Текст: электронный.

УДК: 005.6

Елена Юрьевна Осадченко

обучающаяся 4-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

На современном этапе развития все большую роль экономические субъекты отводят анализу качества продукции, поскольку только качественная продукция позволяет предприятию успешно развиваться, устанавливать самую высокую цену на товар и получать максимальный доход от продаж.

Качество продукции – это совокупность свойств товара, которые соответствуют определенным требованиям, потребностям покупателя, в соответствии с их назначением. Количественная характеристика одного или нескольких свойств товара, составляющих его качество, называется показателем качества продукции.

Показатель качества продукции влияет на уровень конкурентоспособности товара, что, в свою очередь, отражается на уровне цены и получаемых результатах финансово-хозяйственной деятельности, на объемах выручки и прибыли.

Анализ качества продукции должен проводиться постоянно, всесторонне и систематически. Только комплексный подход к анализу позволяет своевременно выявить динамику изменения показателей качества продукции и вовремя принять эффективные управленческие решения, направленные на повышение результатов деятельности предприятия. Следуя этим подходам, предприятие выявит и устранит негативные тенденции с наименьшими потерями и убытками.

Кроме того, анализ качества продукции должен быть как внутренним, так и внешним. Внешний анализ позволит выявить преимущества товара или определить его недостатки по сравнению с продуктами конкурентов на рынке.

В процессе анализа качества продукции решаются следующие задачи:

- оценивается технический уровень производства экономического субъекта;

- выявляются отклонения этого уровня в разрезе отдельных товаров по сравнению с базовым уровнем и теоретическими возможностями предприятия;

- анализируется структура выпускаемой продукции по параметрам, характеризующим качество ее изготовления;
- выявляются и устраняются факторы, сдерживающие рост технического уровня продукции;
- обосновывается возможность улучшения качества продукции, снижения дефектов, потерь, возвратов и брака.

Большое число российских ученых занимались вопросами анализа качества продукции. Среди них можно выделить: Савицкую Г.В., Баканова М.И., Шеремета А.Д., Бороненкову С.А., Шишкина А.К., Любушина Н.П., Маркарьяна Э.А., Маркарьяна С.Э. и других.

В табл. 1 представим основные методики анализа качества продукции, разработанные отечественными учеными.

Таблица 1

Методики анализа качества продукции

№ п/п	Автор(ы)	Методика анализа и ее суть
1	Палий В.Ф., Суздальцева Л.П.	Анализ качества продукции автор методики рассматривает комплексно и системно, через комбинацию видов анализов и факторов, в следующих направлениях [1]: – анализ технико-экономических факторов, определяющих общий уровень качества выпускаемой продукции; – анализ реализации планов повышения качества продукции; – анализ обновлений продукта; – анализ технического уровня выпускаемой продукции; – анализ конструктивности; – анализ доставки продукции с первой презентации; – анализ жалоб на продукцию; – анализ производственных дефектов.
2	Савицкая Г.В.	Автор методики применяет три группы показателей, характеризующих качество выпускаемой продукции: 1) сводные показатели; 2) индивидуальные показатели; 3) косвенные показатели. Преимущества представленного метода: простота применения, использование расчетных показателей. Недостатки – отсутствие системного и комплексного подхода [2].
3	Баканов М.И., Шеремет А.Д.	Анализ качества выпускаемой продукции проводится в рамках анализа объема и структуры продукции. Влияние фактора, как повышение качества продукции, на общий объем производства, определяется прямым счетом, основанным на разнице в цене продукции, повышении качества, по сравнению с ценой продукции, снижении качества.

Продолжение табл. 1

№ п/п	Автор(ы)	Методика анализа и ее суть
		Если продукция делится по сортности или существуют какие-либо другие градации по качеству (класс) и по цене, то влияние изменения качества на объем выпускаемой продукции определяется с использованием средневзвешенной цены [3].
4	Бороненкова С.А.	Автор методики предлагает анализ качества продукции проводить во взаимосвязи с анализом конкурентоспособности продукции и сегмента рынка. При оценке конкурентоспособности определяются эргономические, эстетические, нормативные параметры, а также параметры, характеризующие целевое назначение продукции. Для каждого параметра товара определяется оценка конкурентоспособности, а для самого продукта выводится суммарная оценка. К показателям качества работы относятся браки. Анализируются объемы брака, его виды, потери. Определяются штрафные меры и санкции по отношению к виновным в браке продукции [4].
5	Шишкин А.К., Микрюков В.А., Дышкант И.Д.	Авторы методики считают, что анализом качества продукции должны заниматься технических службы предприятия, прежде всего, контрольные, технологические и конструкторские подразделения. Выделяются два способа улучшения качества продукции: 1) выявление дефектных изделий, их замена или исправление; 2) профилактика и предупреждение возможных дефектов (входной контроль поступающего сырья, материалов, комплектующих, проверка технологической дисциплины технического процесса) [4]. Технические службы предприятия имеют всю необходимую информацию для расчета экономической эффективности деятельности. Проанализировав затраты на замену рекламируемой (бракованной) продукции, предприятие может более эффективно осуществлять мероприятия по снижению непроизводительных затрат, что положительно повлияет на результаты хозяйственной деятельности предприятия.
6	Любушин Н.П.	Автор методики считает, что более целесообразно анализировать качество выпускаемой продукции с точки зрения технического состояния и уровня [4]. Технический уровень выпускаемой продукции оценивается путем сравнения технико-экономических показателей выпускаемой продукции с лучшими отечественными и зарубежными аналогичными образцами.

№ п/п	Автор(ы)	Методика анализа и ее суть
		Предложенный метод во многом совпадает с методом Г.В. Савицкой. Автор предлагает проанализировать качество выпускаемой продукции по трем основным направлениям: 1) качественные характеристики по установленным показателям (план в динамике); 2) изучение основных факторов, влияющих на качество продукции; 3) расчет влияния качества на объемы производства в денежном выражении.
7	Маркарьян Э.А, Маркарьян С.Э, Герасименко Г.П.	Данный метод предполагает анализ таких качественных характеристик изделий, как потребительские, технологические, конструктивные свойства, уровень стандартизации и унификации, надежность и долговечность. В рамках анализа качества продукции авторы методики предлагают рассмотреть следующие вопросы: 1) сертификация продукции; 2) функционально-стоимостной анализ (ФСА) качества продукции; 3) анализ выполнения плана и динамики сертифицированной продукции; 4) анализ плана внедрения и динамики выпуска новой и модернизированной продукции; 5) анализ динамики претензий и стоимости рекламируемой продукции; 6) анализ дефектов продукции. Преимущества методики заключается в комплексном характере [4].

Системы, рассматриваемые для анализа качества продукции, позволяют выявить все аспекты, связанные с качеством продукции, и предоставляют руководящему звену необходимую информацию в требуемом ракурсе для увеличения прибыли, деловой активности и рентабельности.

Анализируя существующие системы управления качеством, можно сделать вывод, что все они приняли контролируемые параметры в качестве базовых показателей, данные о которых предоставляет система бухгалтерского учета предприятия.

Основными причинами снижения качества продукции являются: низкое качество сырья, низкий уровень технологий и организации производства, квалификации рабочих и технического уровня оборудования, аритмичность производства.

Важным аспектом является рассмотрение качества продукции и его анализ в сочетании с конкурентоспособностью продукции и предприятия. Анализ выявляет конкурентные преимущества продукции, способной увеличить продажи и занять лидирующие позиции на рынке.

Библиографический список

1. Палий, В.Ф. Техничко-экономический анализ производственно-хозяйственной деятельности машиностроительных предприятий: учебник / В.Ф. Палий, Л.П. Суздальцева. – М.: Машиностроение, 1989. – 272 с. – Текст: непосредственный.
2. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Г.В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 272 с. – Текст: непосредственный.
3. Баканов, М.И. Теория экономического анализа: учебник / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 416 с. – Текст: непосредственный.
4. Таранова, Н.С. Развитие учетно-аналитического обеспечения управления качеством продукции, работ, услуг в коммерческих организациях: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Таранова Наталья Сергеевна. – Мичуринск, 2007. – Текст: непосредственный.

УДК 330.34

Светлана Витальевна Ощепкова

обучающаяся 3-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ И МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Экономическая система – это совокупность всех экономических процессов, совершающихся в обществе на основе сложившихся в нем отношений собственности и хозяйственного механизма. В любой экономической системе первичную роль играет производство товаров и услуг с последующим их распределением, обменом, потреблением и перераспределением [1].

Экономическое развитие любой страны, несмотря на общий для всех рыночных экономик механизм функционирования, имеет набор характерных черт, определяющих специфику соответствующей рыночной модели. Это и соотношение рынка и государственного регулирования, и состояние предпринимательского климата в стране, и характер отношения граждан к труду, и многие другие факторы, связанные с историей и традициями конкретной страны. Все эти факторы в совокупности играют такую же важную роль в экономическом развитии стран, как и базисные принципы экономики – доминирование частной собственности, соотношение спроса и предложения, конкурентная борьба [2].

Американская либеральная модель экономики построена на системе всемерного поощрения предпринимательской активности, обогащения наиболее активной части населения. Малообеспеченным группам создается приемлемый уровень жизни за счет частичных льгот и пособий. Задача социального равенства здесь вообще не ставится. Эта модель основана на высоком уровне производительности труда и массовой ориентации на достижение личного успеха.

Экономика США направлена на деятельность частных лиц, социальных и иных групп, фирм, корпораций, разнообразных организаций, которые не зависят от государства, а регулируются гражданским правом. Происходит минимизация участия государства в производстве. Государственное регулирование осуществляется преимущественно косвенными методами воздействия на интересы и поведение субъектов. Главное государственное вмешательство идет по линии обеспечения частной конкуренции, антимонопольной борьбы, соблюдения контрактных и иных соглашений правопорядка. Американская модель в качестве главного источника накопления и инвестиций имеет систему фондового рынка [3].

Для западноевропейской экономической модели характерны высокие позиции в государственном секторе. Государством выделяется значительное количество ресурсов на программы социального и экономического развития. Эта модель обеспечивает ведущую роль в финансировании фирм и предприятий банковской системой. Банки имеют тесные привилегированные и доверительные отношения со своими клиентами. В современной европейской экономической модели много общего и разного в отношении входящих в нее стран. Рассмотрим некоторые экономические модели западноевропейских стран.

Немецкая модель экономики – это модель социального рыночного хозяйства с многослойной институциональной структурой субъектов социальной политики. Государство создает надежные правовые и социальные условия для реализации экономической инициативы. Они фактически состоят из двух основных частей: гражданского и хозяйственного права, с одной стороны, и системы мер по поддержанию конкурентной среды, с другой. Важнейшая задача государства – обеспечивать баланс между рыночной эффективностью и социальной справедливостью [4].

Шведская модель отличается сильной социальной политикой, ориентированной на сокращение имущественного неравенства за счет перераспределения национального дохода в пользу наименее обеспеченных слоев населения. Это возможно только в условиях высокого налогообложения, особенно физических лиц. Такая модель получила название «функциональная социализация» и означает, что функция производства ложится на частные предприятия, действующие на конкурентной рыночной основе, а функции обеспечения

высокого уровня жизни (включая занятость, образование, медицинское обслуживание, социальное страхование) и развития инфраструктуры (транспорт, связь) – на государство.

Японская модель характеризуется определенным отставанием уровня жизни населения (в том числе уровня заработной платы) от роста производительности труда. За счет этого достигается снижение себестоимости продукции и резкое повышение ее конкурентоспособности на мировом рынке. Такая модель возможна только при исключительно высоком развитии национального самосознания, приоритете интересов нации над интересами конкретного человека, готовности населения идти на определенные жертвы ради процветания страны. Еще одна особенность японской модели развития связана с активной ролью государства в модернизации экономики, особенно на ее начальной стадии.

Общим у западноевропейских моделей является рынок, свобода предпринимательства и конкуренции, мощная банковская система, а также социальная защищенность граждан на основе широкого государственного финансирования социальной сферы [5].

Экономика современной России характеризуется большим внутренним рынком и хорошими макроэкономическими показателями (объемом потребления, производства, расходов, доходов, экспорта, импорта, экономического роста), но в тоже время – повышенной и не всегда эффективной ролью государства, доминирующего над бизнесом.

Специфика форм собственности в России может быть выражена двумя характеристиками. С одной стороны, огромная часть собственности – около 40 % основных фондов (основного капитала) – является государственной и муниципальной, что усиливает политическую власть российской бюрократии. С другой стороны, частная собственность сильно сконцентрирована в руках немногих индивидов. Для физических лиц, которые контролируют крупные компании и группы компаний в России, используется термин «олигарх», означающий контроль одного или немногих физических лиц или семей над крупными компаниями в отличие от развитых стран, где подобное явление является исключением, так как капитал подобных компаний распылен между массой акционеров, никто из которых не обладает контрольным пакетом акций.

Свободы предпринимательства в России сложно добиться из-за трудности получения лицензий на осуществление различной деятельности, сложности и дороговизны участия во внешней торговле, трудности получения банковского кредита и слабой защиты прав инвесторов, а также плохой защиты прав собственности и высокой коррупционной нагрузки на бизнес.

Доминируя над всеми формами бизнеса, российское государство более благосклонно к крупному бизнесу, что подтверждается очень низкой эффек-

тивностью антимонопольной политики в стране. Государство стремится контролировать крупный и малый бизнес. Этим и объясняется слабая защита прав собственности в стране (у России по этому показателю 133-е место в мире). Подобная ситуация сильно уменьшает свободу экономических агентов, заставляя бизнес приспосабливаться не только к конкуренции, но и к представителям власти, от которых часто зависит судьба той или иной фирмы [6].

Для современной российской экономики характерно переплетение госаппарата с бизнесом, особенно крупным, при доминировании государства. Такая ситуация нацелена не столько на модернизацию страны за счет использования силы государства, сколько на использование этой силы в интересах бюрократии и близких к ней компаний, преимущественно крупных, т. е. использования государственной власти в своих собственных интересах.

Противоядием от сохранения такого варианта экономического механизма может быть поворот в сторону большей демократизации страны, что для экономического механизма означает усиление господдержки малого и среднего бизнеса, укрепление прав собственности, а также снижение уровня государственного вмешательства в повседневную деятельность фирм. Другое средство – это улучшение этического климата в стране, что для экономики означает усиление борьбы с экономической преступностью, особенно с коррупцией, а также усиление моральной ответственности власти перед обществом. Кроме того, России необходимо менять модель экономического роста и опираться не на повышение цен на нефть, а на эффективное использование ресурсов и улучшение инвестиционного климата. Для этого необходимо усилить меры по повышению производительности труда, улучшению инвестиционного климата, улучшению механизмов управления и прозрачности. Ряд экономистов отмечает особую роль финансового сектора в обеспечении роста российской экономики, который выступает посредником и направляет имеющиеся ресурсы на производительные цели, поэтому эксперты предлагают стимулировать конкуренцию в банковской системе [7].

Необходимо отметить, что ни одна из экономических систем не существует в чистом, идеальном виде. Экономические системы не могут развиваться в условиях самоизоляции. Они не существуют в вакууме и не могут находиться в отрыве от других стран. Страны связаны между собой с помощью экономических отношений. В стремлении к более выгодной организации рыночного хозяйства страны заимствуют друг у друга подход и методы решения основных экономических проблем [8].

Поэтому надо стремиться к системе, которая создает наиболее благоприятные условия жизни населения и высокий уровень развития экономики.

Библиографический список

1. Экономическая система // Википедия: [сайт]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Экономическая_система (дата обращения: 10.04.2020). – Текст: электронный.
2. Модели экономических систем // Энциклопедия Экономиста: [сайт]. – URL: <http://www.grandars.ru/student/mirovaya-ekonomika/typy-ekonomicheskikh-sistem.html> (дата обращения: 10.04.2020). – Текст: электронный.
3. Экономика. Типы и модели экономических систем. Сущность экономических систем // Энциклопедия людей и идей 2020: [сайт]. – URL: <http://www.abc-people.com/typework/economy/econo-2.htm> (дата обращения: 02.04.2020).
4. Германская модель экономики // Все о Германии: [сайт]. – URL: http://de-web.ru/article/read/Germanskaya_model_ekonomiki.html (дата обращения: 07.04.2020). – Текст: электронный.
5. Экономическая теория: учебник / В.М. Агеев, А.А. Кочетков, В.И. Новичков [и др.]; под общей редакцией А.А. Кочеткова. – 6-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 696 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573175> (дата обращения: 05.04.2020). – Текст: электронный.
6. Булатов, А. Российская экономическая модель / А. Булатов // Мировое и национальное хозяйство. – 2013. – № 3-4 (26-27). – URL: <https://mirec.mgimo.ru/2013-03-04/rossijskaya-ekonomicheskaya-model> (дата обращения: 06.04.2020). – Текст: электронный.
7. России нужна новая модель экономического роста // РИА «Новости»: [сайт]. – 2013. – URL: <https://ria.ru/20131022/971686767.html> (дата обращения: 20.04.2020). – Текст: электронный.
8. Пашковская, М.В. Мировая экономика: учебник / М.В. Пашковская, Ю.П. Господарик. – 5-е изд., стер. – Москва: Университет Синергия, 2019. – 769 с. – (Университетская серия). – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500619> (дата обращения: 07.04.2020). – Текст: электронный.

УДК 005.95

Алла Алексеевна Резникова

обучающаяся 3-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПАНИЕЙ КАЧЕСТВЕННОГО КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА

Сегодня товарные рынки демонстрируют насыщенность продукцией и услугами, которые рассчитаны на разный потребительский спрос и уровень

доходов. Поэтому важной задачей современного бизнеса становится построение клиентоориентированной компании [1]. И здесь на первый план выходит такой вид управленческой деятельности, как маркетинг персонала.

В экономической литературе термину «маркетинг персонала» дают различные трактовки, рассматривая его как деятельность, направленную на долговременное обеспечение компании человеческими ресурсами, которые образуют стратегический потенциал. Маркетинг персонала определяют как вид деятельности кадровых служб, связанный с исследованием потребности компании в квалифицированных работниках, а также разработкой комплекса мер для удовлетворения данных потребностей. Представляют маркетинг персонала и просто как процесс продажи компании соискателям (наемным работникам).

Однако маркетинговые мероприятия в области персонала касаются как связей с рынком рабочей силы, так и отношений с собственными сотрудниками. В связи с этим наиболее емкое определение термину дает А.Я. Кибанов, определяя «маркетинг персонала как вид управленческой деятельности, направленной на удовлетворение потребностей сторон в процессе их трудовых отношений путем эквивалентного обмена в различных формах» [2].

То есть целью данного вида управленческой деятельности является максимальное совпадение интересов работника и работодателя. Следовательно, маркетинг персонала представляет собой активную форму социально-обменного процесса между работодателем и совокупным рынком рабочей силы, включающей в себя как внутренний, так и внешний рынок человеческих ресурсов (рис. 1).

ВНЕШНИЕ	ВИДЫ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА		ВНУТРЕННИЕ
	Занимается изучением рынка труда, создает бренд работодателя, занимается маркетинговым анализом, рекламой и пиаром компании	Изучает запросы своих сотрудников, побуждает их к профессионально-должностному росту, создает мотивированную внутреннюю среду	
	ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА НАБОР ПЕРСОНАЛА		
	Трудовое законодательство, ситуация на рынке рабочей силы, технологическое развитие общества, местоположение компании	Кадровая политика компании, имидж компании, стратегия развития, финансовое состояние, организационная культура	
	ИСТОЧНИКИ ПОИСКА ПЕРСОНАЛА		
	За счет ресурсов внешней среды	За счет сотрудников компании	
	КЛИЕНТЫ КОМПАНИИ		
	Потенциальный работник компании	Фактический работник компании	

Рис. 1. Классификация основных категорий маркетинга персонала
[разработано автором]

Разберем сущность маркетинга персонала на схеме взаимодействия участников трудовых отношений на рынке труда. Классические отношения на любом товарном рынке и рынках факторов производства складываются между продавцом и покупателем. И чаще их роли утвердительно определены.

Особенность ситуации на рынке труда заключается в корреляции взаимоотношений работодателя и наемного работника, наемного работника и работодателя.

На рис. 2 представлена схема отношений участников на рынке труда, а точнее – особенности их взаимоотношений.

В первом случае компания продает рабочие места, обеспечивая определенные условия труда, уровень заработной платы, возможности карьерного роста сотрудникам и кандидатам. Наемный работник же покупает условия мотивации, социальные гарантии, доход и оплачивает это своим трудом и лояльностью к компании.

Во втором примере в качестве покупателя выступает работодатель, а наемный работник продает свои знания, умения и возможности.

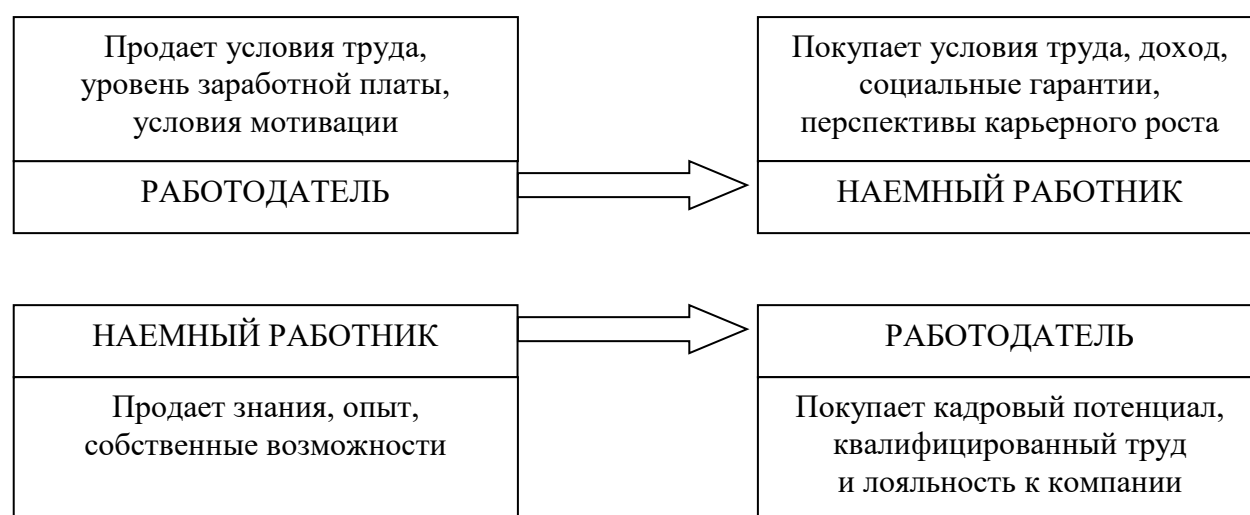


Рис. 2 Особенности отношений участников на рынке труда
[разработано автором]

Особенностью современного рынка труда является тот факт, что наемные работники в большинстве своем представлены поколением миллениалов.

Миллениалы (от англ *millennium* – «тысячелетие») – люди, рожденные в период приблизительно с середины 80-х гг. XX в. по 2000 г. [3].

При поиске работы миллениалы предъявляют требования к гибкому графику рабочего дня, к возможностям карьерного роста, проявления креативности и инициативы в работе.

Следовательно, работодателю необходимо вовлекать миллениалов в деятельность компании и предоставлять возможность осуществления небольших

самостоятельных проектов. Именно вовлеченность повышает собственную значимость миллениалов для компании и для себя.

Маркетинг персонала основывается на научных принципах и достижениях теории управления, социологии и психологии, теории продаж и маркетинга в целом.

Выступая в роли продавца, работодатель создает максимально привлекательное рабочее место и стремится выгодно его продать. Наемный работник в качестве товара выставляет на рынок собственный потенциал. Предлагаем рассмотреть составляющие компоненты комплекса маркетинга 4Р в области управления персоналом (рис. 3).

РАБОТОДАТЕЛЬ		4Р	НАЕМНЫЙ РАБОТНИК	
Бренд	Торговая марка	ПРОДУКТ (product)	Торговая марка	Образование, опыт, квалификация
Привлекательность рабочего места	Свойства		Свойства	Компетентность, личные качества
Имидж компании, конкурентоспособность	Упаковка		Упаковка	Внешний вид, имидж
Затраты на приобретение и использование работника		ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ (pricing)	Стоимость вакантного рабочего места	
Конкурентные преимущества, реклама компании		ПРОДВИЖЕНИЕ (promotion)	Наличие результатов (портфолио), PR работника	
Покупка и удержание кандидата		МЕСТО (place)	Востребованность на рынке труда	

Рис. 3. Особенности 4Р в области управления персоналом
[разработано автором]

Резюмируя вышеизложенное, можно отметить важность и актуальность маркетинга персонала как определенной философии и стратегии управления человеческими ресурсами. Ведь правильно подобранные, компетентные и соответствующие организационной культуре компании работники являются залогом ее успеха и процветания.

Библиографический список

1. Волгина, С.В. Отраслевые аспекты современного маркетингового управления / С.В. Волгина, В.Е. Довбыш, В.Ю. Шалимова // Экономика устойчивого развития. – 2019. – № 1 (37). – С. 112–118. – Текст: непосредственный.

2. Кибанов, А.Я. Управление персоналом организации: актуальные технологии найма, адаптации и аттестации: учебное пособие / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. – Москва: КНОРУС, 2016. – 360 с. – URL: <https://docviewer.yandex.ru/view/25592074> (дата обращения: 23.04.2020). – Текст: электронный.

3. Маркетинг персонала. Новые методики в работе HR-специалистов // Forum: издательство и учебный центр: [сайт]. – URL: <https://docviewer.yandex.ru/view/25592074> (дата обращения: 23.04.2020). – Текст: электронный.

УДК 339.3

Екатерина Андреевна Северенчук
обучающаяся 5-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ В РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Статья посвящена раскрытию роли торговли в современной российской экономике и тезисному определению перспектив ее развития.

Роль сферы торговли в нашей стране определяется большой долей данной отрасли в структуре ВВП – более 20 %. Оборот российских торговых предприятий в 2018 г. достиг уровня в 43,1 трлн руб. [1].

Торговля реализует на практике функцию перемещения товаров из сферы производства в сферу потребления и, соответственно, является крайним элементом, с которым контактирует потребитель.

Таким образом, развитие сектора торговли важно для государства и общества с точки зрения обеспечения граждан и хозяйствующих субъектов всем необходимым. Качественное развитие сектора торговли положительно влияет на конкурентоспособность экономики.

Одной из стратегий развития предприятий является эффективное управление затратами, что, в свою очередь, приводит к усилению конкурентной борьбы и между торговыми организациями.

Указанные тенденции стимулируют инновационную и предпринимательскую активность в организации торговых процессов и, как следствие, способствуют развитию отечественной экономики в целом. Рост предпринимательской активности в торговой сфере циклично оказывает влияние на стимулирование инноваций.

В секторе торговли зарегистрированы более 50 % малых предприятий в нашей стране, на которых трудятся порядка 3,1 млн человек. Более того, на торговый сектор приходится более двух третей оборота российских малых

предприятий. Часто малые торговые предприятия первыми начинают продажи перспективных товаров, объем реализации которых еще не достиг необходимого масштаба широкой дистрибуции и выхода в федеральные ритейлеры.

Торговля, как отрасль, оказывает существенное влияние на занятость населения. По состоянию на 2018 г. в секторе торговли функционировало порядка 2 млн хозяйствующих субъектов, две трети из которых являлись индивидуальными предпринимателями. При этом необходимо указать на лидирующие позиции торговли в создании рабочих мест. Общая численность трудящихся в отрасли составила более 12 млн человек, или 17,7 % от всего занятого населения страны, по состоянию на 2018 г. [1].

Сектор торговли играет большую роль в обеспечении достаточного уровня жизни населению, поскольку он оказывает серьезное влияние на конечные (розничные) цены для потребителей. Данное влияние реализуется посредством следующих двух механизмов [2]:

- снижением удельных издержек в самой отрасли с ростом масштаба деятельности хозяйствующих субъектов (розничных сетей, дискаунтеров и др.) и внедрением новых технологий (например, переход от складской модели снабжения товарами к транзитной);

- оказанием влияния предприятий торговли на поставщиков и производителей продукции с целью повышения общей эффективности цепочки при наличии у первых рыночных рычагов.

Географическая доступность товаров для населения, т. е. возможность приобрести товар, определяется наличием достаточного количества торговых площадей. Уровень обеспеченности торговыми площадями в Волгодонске и Ростовской области находится на крайне высоком уровне, если не сказать – избыточном.

Разнообразие каналов торговли также позволяет обеспечить как высокий уровень конкуренции, так и необходимое разнообразие ассортимента, предлагаемого потребителю. Учет интересов, потребностей и предпочтений широкого перечня групп населения также позволяет судить о качестве жизни в том или ином регионе [1].

Сектор розничной торговли, как правило, является одним из индикаторов развития экономики государства. Во многих развитых странах показатель оборота розничной торговли является при этом индикатором ожидаемого состояния экономики. Это связано с необходимостью оценки масштабов конечного потребления продукции.

Таким образом, состояние сектора торговли обладает критической значимостью для многих аспектов жизни государства. Проблемы в развитии сектора торговли могут поставить под угрозу развитие экономики, качество

жизни, безопасность и здоровье населения. Поэтому государство должно разработать продуманную и эффективную стратегию развития сектора, обеспечивающую его эффективное развитие, максимально полную реализацию возможностей и предотвращение угроз.

В настоящее время ни в одном регионе РФ не действуют комплексные программы, специально направленные на развитие сектора торговли в стратегическом масштабе. В составе мероприятий программ социально-экономического развития регионов, программ поддержки малого и среднего бизнеса затрагиваются отдельные аспекты, связанные с интересами торговых организаций.

Мероприятия, касающиеся аспектов развития торговли в регионах, к сожалению, нельзя назвать систематизированными и взаимосвязанными, особенно в межрегиональных аспектах. С целью повышения эффективности региональных программ, направленных, в том числе, и на развитие сектора торговли, необходимо провести систематизацию предпринимаемых мер и, что более важно, привести эти меры в соответствие с общероссийской стратегией развития внутренней торговли. Ожидается, что разрабатываемая стратегия развития внутренней торговли может стать необходимым инструментом и связующим звеном, вокруг которого смогут и должны выстраиваться соответствующие программы развития торговли в регионах.

В Ростовской области акцент делается на защиту прав потребителей с ориентацией, помимо прочего, на формирование системы обеспечения эффективной и доступной защиты прав потребителей; содействие повышению правовой грамотности и информированности населения Ростовской области в вопросах защиты прав потребителей, формирование навыков рационального потребительского поведения [1].

Из необходимых мер видятся следующие:

- принятие стратегии развития торговли в стране и регионе;
- обеспечение инновационного развития торгово-технологических процессов;
- оптимизация торговых площадей под объективные потребности населения.

Предлагаемые меры позволят сделать управление развитием сектора розничной торговли систематизированным и плановым.

Библиографический список

1. Обзор и прогноз для рынка розничной торговли России в 2017–2018 // Promdevelop: [сайт]. - URL: <https://promdevelop.ru/obzor-rynka-roznichnoj-torgovli-v-2017-2018-v-rossii/> (дата обращения: 20.01.2020). – Текст: электронный.

2. Методические подходы к оценке эффективности инвестиционных проектов предприятий различных сфер деятельности: учебное пособие / Ю.В. Гладкова, М.Ю. Диканов, Е.В. Иванова [и др.]. – Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2017. – 221 с. – Текст: непосредственный.

УДК 338.45:69

Наталья Сергеевна Таранова

канд. экон. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Елена Сергеевна Кошкина

обучающаяся 4-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Строительная отрасль Ростовской области за последние десятилетия пережила ряд значительных спадов, которые сменялись периодами активного развития. Строительство является одной из ведущих отраслей народного хозяйства страны. Её состояние во многом определяет уровень развития общества и производственных сил.

Строительная отрасль Ростовской области представляет собой комплекс взаимосвязанных субъектов хозяйствования, осуществляющих проектно-изыскательские, производственные, коммерческие, строительные работы в сфере строительства объектов для функционирования различных сфер жизнедеятельности населения страны [1].

Важное направление в строительстве занимает жилое строительство.

В настоящее время в числе первоочередных задач социально-экономического развития страны и Ростовской области стоит задача формирования рынка доступного жилья для населения. Развитие жилищной сферы является приоритетным направлением социально-экономического развития.

Строительный комплекс – это та отрасль, сфера деятельности которой напрямую затрагивает интересы большинства жителей области. Она охватывает строительство, стройиндустрию и промышленность стройматериалов и является одним из важнейших секторов экономики области [2].

Увеличение объемов жилищного строительства является приоритетным направлением развития нашего региона.

Ростовская область по объемам вводимого жилья входит в десятку регионов-лидеров в Российской Федерации.

В 2019 г. за счет всех источников финансирования в Ростовской области сдано в эксплуатацию 2611,3 тыс. кв. метров общей площади жилья. По сравнению с 2018 г. объем жилищного строительства возрос на 11,2 %,

что, несомненно, является положительным моментом для области, так как большее число граждан смогут решить свои проблемы с жильем и улучшить жилищные условия [3].

Для обеспечения роста объемов вводимого жилья в области проводится работа по подготовке новых территорий под жилищное строительство.

В целях повышения доступности жилья и качества жилищного обеспечения населения, в том числе с учетом исполнения государственных обязательств по обеспечению жильем отдельных категорий граждан, постановлением Правительства Ростовской области от 17.10.2018 № 642 утверждена государственная программа Ростовской области «Территориальное планирование и обеспечение доступным и комфортным жильем населения Ростовской области» [3].

Целью Программы является устойчивое территориальное планирование, развитие жилищного строительства и улучшение жилищных условий отдельным категориям граждан.

Основные задачи Программы:

- обеспечение перспективных территорий документами территориального планирования, в том числе выполнение мероприятий по их реализации;
- создание условий для стимулирования жилищного строительства, модернизация строительной отрасли и повышение качества индустриального жилищного строительства;
- создание условий для оказания мер государственной поддержки в улучшении жилищных условий отдельным категориям граждан.

Поставленные в рамках программы задачи требуют дифференцированного подхода к их решению. В этой связи в программе сформированы четыре подпрограммы:

- 1) «Территориальное планирование и развитие территорий, в том числе для жилищного строительства»;
- 2) «Стимулирование развития рынка жилья»;
- 3) «Оказание мер государственной поддержки в улучшении жилищных условий отдельным категориям граждан»;
- 4) «Обеспечение реализации государственной программы Ростовской области».

В целом, в развитии жилищного строительства в Ростовской области с 2017 по 2019 гг. можно проследить стабильную положительную динамику. В данный момент жилой фонд, в основном, состоит из жилых многоквартирных домов и индивидуальных малоэтажных застроек.

По удельному весу ввода жилья в общеобластном показателе традиционно лидируют Ростов-на-Дону, Аксайский район, Батайск, Таганрог, Азовский район, Новочеркасск, Волгодонск, Азов, Шахты, Неклиновский район.

В таблице представлены данные по вводу жилья в Ростовской области в 2015–2019 гг.

Таблица

Ввод жилья в Ростовской области в 2015–2019 гг. [3]

Год	Всего, тыс. кв. метров	В том числе индивидуальное жилищное строительство
2015	2 408,7	1 544,3
2016	2 293,1	1 365,8
2017	2 333,9	1 375,7
2018	2 347,4	1 241,0
2019	2 611,3	1 368,0

В Ростовской области активно реализуется национальный проект «Жилище», направленный на создание комфортных условий проживания населения. В январе 2020 г. темпы ввода жилья по сравнению с январем предыдущего года выросли на 14,3 %.

Всего предприятиями, организациями и населением области построено более 2,5 тыс. квартир общей площадью 180,8 тыс. кв. метров. Почти половина жилья построена населением области – это 80,8 тыс. кв. метров, что на 9,5 % больше, чем в январе 2019 г.

Ввод жилых домов в январе 2020 г. осуществлялся в 51 из 55 городских округов и муниципальных районов области, из них в 28 (примерно в половине от общего количества) превышен уровень ввода жилья за аналогичный период прошлого года. Среди них городские округа: Ростов-на-Дону, Азов, Батайск, Гуково, Донецк, Зверево, Новошахтинск и муниципальные районы: Азовский, Аксайский, Белокалитвинский, Миллеровский, Морозовский, Неклиновский, Октябрьский, Пролетарский, Семикаракорский, Тарасовский, Цимлянский и другие.

Отдельные муниципалитеты значительно сократили темпы ввода жилья по сравнению с январем 2019 г., среди отстающих – Шахты (снижение составило две трети), Волгодонск (почти на половину) и Каменск-Шахтинский (на треть). Среди муниципальных районов наибольшее уменьшение отмечено в Каменском, Матвеево-Курганском, Целинском районах (темпы ввода жилья к январю 2019 г. составили от 3,6 % до 12,3 %). На две трети уменьшился ввод жилья в Волгодонском районе, более чем наполовину – в Веселовском и Верхнедонском районах.

В «Стратегии развития жилищного строительства в Ростовской области на период 2020–2022 года» определены следующие цели развития строительной отрасли [3]:

– повышение доступности жилья для всех граждан и создание соответствующих сопутствующих условий;

- гарантия соответствия спроса потребителя на комфортное жилье и объема предложения;
- поддержка отдельных категорий граждан при приобретении и съеме жилья;
- стимулирование всех необходимых видов деятельности на рынке жилья для увеличения качества и количества построек.

В Стратегии определен ряд задач, которые необходимо решить для достижения описанных выше целей, а именно [1]:

- обеспечить рост предложения, которое будет соответствовать по уровню спросу на комфортное жилье;
- обеспечить сбалансированное развитие территориального планирования и процедуры снабжения эксплуатируемых строительных участков;
- перейти на более энергосберегающее и экологически безопасное строительство (касается как материалов, так и технологий строительства);
- обеспечить здоровую конкуренцию на рынке жилья;
- ликвидировать аварийный жилищный фонд;
- обеспечить строительный комплекс необходимыми ресурсами;
- повысить доступность приобретения и найма жилья и производственных помещений;
- создать условия для активного участия в масштабном строительстве коммерческих и некоммерческих организаций.

Достижение поставленных целей и решение задач позволит правительству Ростовской области разрешить большой объем проблем жилищной сферы и обеспечить население области необходимым качественным, комфортным жильем. Это положительно отразится на уровне жизни населения и повлияет на рост показателей развития экономики области. Решив важнейшую для семьи проблему – приобретение жилья, человек сможет сконцентрироваться на других своих задачах, в том числе зарабатывать, строить карьеру, более плодотворно трудиться, то есть развивать экономику области.

Библиографический список

1. Панчешенко, А.В. Развитие предприятий строительной отрасли РФ в условиях экономической стабилизации / А.В. Панчешенко // Вестник Калининградского юридического института МВД России. – 2018. – № 1 (15). – С. 251–254. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=11914606> (дата обращения: 14.04.2020). – Текст: электронный.
2. Демченко, З.А. Экономическая эффективность предприятия: понятие, сущность, показатели, способы определения / З.А. Демченко, Е.И. Быковский // Наука XXI века: сборник научных статей по итогам Международной научно-практической конференции. – Санкт-Петербург, 2016. – С. 141–145. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25784271> (дата обращения: 12.04.2020). – Текст: электронный.

3. Жилищное строительство // Официальный портал Правительства Ростовской области: [сайт]. – URL: <https://www.donland.ru/activity/424/> (дата обращения: 15.04.2020). – Текст: электронный.

УДК 339.727:339.98

Анастасия Олеговна Титаренко
обучающаяся 3-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА КАК ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА МЕЖДУНАРОДНОЕ ДВИЖЕНИЕ КАПИТАЛА

Международное движение капитала оказывает серьезное влияние на мировую экономику. В частности, международный перевод капитала способствует росту мировой экономики [1].

Основными формами международных потоков капитала являются инвестиции и кредитование. Кредитование направлено только на вывоз ссудного капитала, в то время как инвестиции подразумевают вложение ресурсов для создания производительного капитала и, как следствие, получение от него прибыли.

Прибыль, полученная в результате иностранных инвестиций, распределяется между производителем, потребителем и иностранным инвестором в неравных долях. В результате происходит отток капитала по причине зависимости национальной экономики от иностранных инвестиций. В качестве особого случая движения капитала рассматривают его «бегство» из страны. Под термином «бегство капитала» следует понимать любой отток средств из страны, включая активы, размещенные за рубежом, доходы от которых не отражены в платежном балансе, и ресурсы, «вывезенные» из страны исключительно незаконным способом [2].

Кризисные явления нередко сопровождаются не только ростом оттока капитала из страны, но и увеличением масштабов теневой экономики. На сегодняшний день проблема теневой экономики актуальна не только для России, но и для зарубежных стран в условиях мирового финансового кризиса.

Теневая экономика – это комплекс экономических отношений между субъектами предпринимательской деятельности, которые скрыты от государственных и контрольных органов в процессе производства, распределения, обмена и потребления экономических товаров и деловых навыков [1].

Масштабы теневой экономики позволяют судить о степени несовершенства социально-экономических отношений, а также недостаточной эффективности управления этими отношениями. Объёмы теневой экономики в России за 2015–2018 гг. практически не уменьшаются (рис. 1).

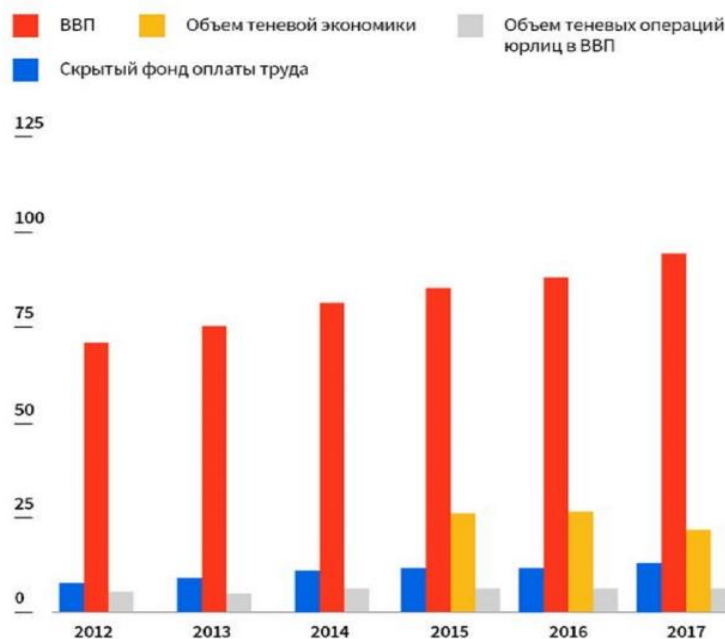


Рис. 1. Теневая и неформальная экономика в ВВП (Россия) [3]

По данным Росстата и Росфинмониторинга, оборот наличных средств также не упал и даже растёт (рис. 2). Данные показатели демонстрируют неблагоприятную экономическую ситуацию, а, следовательно, повышается вероятность усиления оттока капитала из страны.

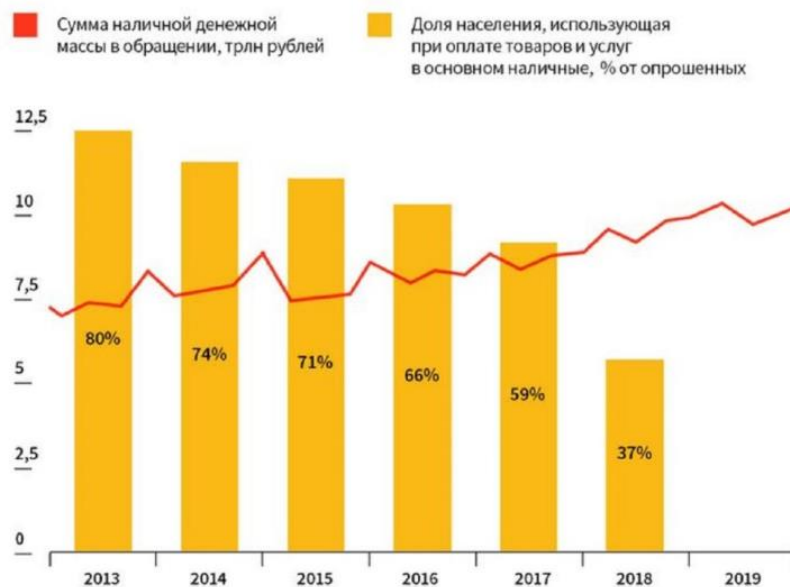


Рис. 2. Рост объёма наличных средств в обращении в России [3]

На основании исследования PricewaterhouseCoopers (PwC), проведенного в 2019 г. в форме опроса руководства компаний, в России самым распространенным видом экономического преступления является незаконное присвоение активов – 53 %, затем следует взяточничество и коррупция – 41 % (рис. 3).

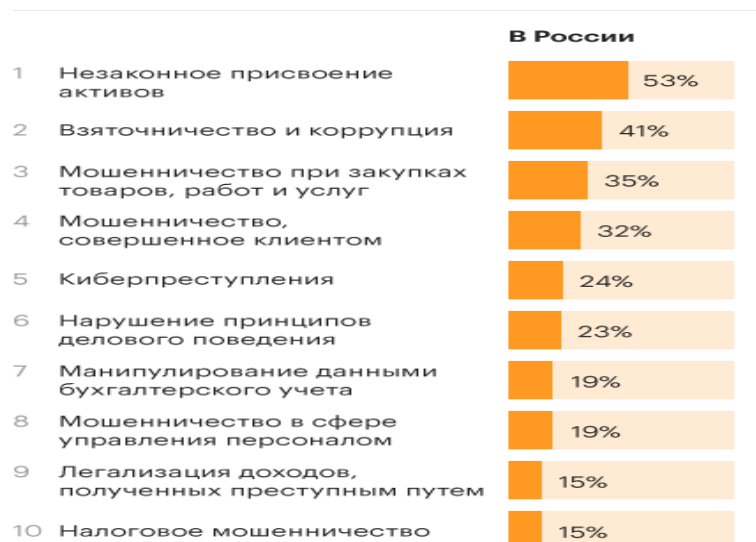


Рис. 3. Основные виды экономических преступлений в России за 2018–2019 гг. [3]

Существует также криминализация всей экономики, которая находится на относительно высоком уровне, поэтому это можно считать фактором долгосрочного существования теневой экономики.

Согласно исследованию Росфинмониторинга, по итогам 2018 г. в России выявлен один из самых высоких показателей теневой экономики в мире – 39,27 % ВВП и по прогнозам в 2025 г. он останется на том же уровне – 39,3 % (см. таблицу).

Динамика масштабов теневой экономики в странах с крупнейшей теневой экономикой по итогам 2018 г. (в % к ВВП) [3]

Страна	2018	2020	2025
Азербайджан	66,12	56,73	58,38
Нигерия	47,7	46,99	46,11
Украина	46,12	46,1	45,98
Россия	39,27	39,36	39,3
Шри-Ланка	37,33	36,46	34,85
Бразилия	34,75	34,48	34,2
Пакистан	31,99	32,41	33,89
Болгария	29,85	29,56	29,56

Согласно приведенным данным, масштабы теневой экономики практически не меняются, что подчеркивает её системность.

Экономические факторы способствуют росту теневой экономики, основной причиной которых является высокая налоговая нагрузка и сложность налоговой системы, а также относительно легкая работа в неформальном секторе (рис. 4).

Теневая экономика оказывает значительное воздействие на отток капитала [4]. Теневые доходы требуют так называемого отмывания и легализации, поскольку имеется вероятность того, что «теневик» может потерять их.

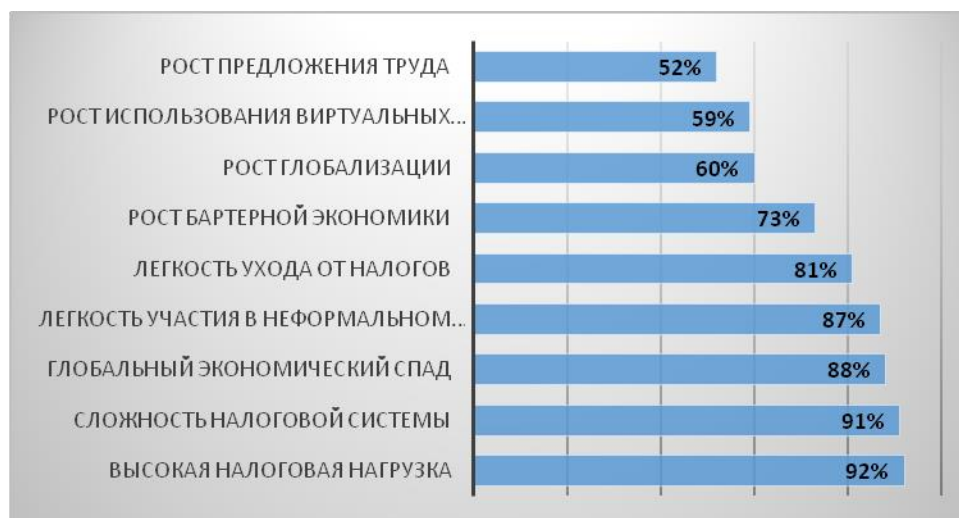


Рис. 4. Оценка потенциала экономических факторов в росте масштабов теневой экономики [5]

Основные действия, которые способствуют снижению оттока капитала, включают в себя:

- обеспечение механизмов защиты предпринимателей от незаконных действий третьих лиц;
- осуществление льготного регулирования потоков капитала;
- предоставление льгот по ввозу оборудования на открываемых предприятиях;
- создание инфраструктуры и специальных региональных режимов для инвестиций.

В заключение следует отметить, что проблема оттока капитала из национальных экономик, а также влияния теневой экономики на международное движение капитала по-прежнему остается не решенной, несмотря на комплекс мер, принимаемых как на уровне отдельных стран, так и на мировом уровне. Особенно остро стоит эта проблема для развивающихся стран. Таким образом, экономические субъекты пытаются добиться более высокой прибыли, а также сохранения своего капитала в условиях экономической и политической нестабильности, выводя его из сферы действия национального законодательства.

Причинами вывода капитала может стать стремление к оптимизации налогообложения и скрытию истинных источников средств, что характерно для стран с высоким уровнем коррупции и значительными масштабами теневой экономики.

Проблема отсутствия финансовых ресурсов в развивающихся национальных экономиках является одной из главных проблем, способствующей снижению экономического развития. Данная проблема может быть решена посредством усилий по снижению оттока капитала, в том числе теневого, из страны.

Библиографический список

1. Фитуни, Л. Теневая составляющая в международном движении капитала: последствия для России и мира: учебник / Л. Фитуни // Безопасность Евразии: электронный журнал. – 2017. – № 8. – URL: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 17.04.2020). – Текст: электронный.
2. Сенчагов, В.К. Экономическая безопасность: учебник / В.К. Сенчагов. – Москва: Дело, 2016. – 347 с. – Текст: непосредственный.
3. Теневая экономика в России // Финкан.ру – информационный портал: [сайт]. – URL: http://fincan.ru/articles/94_tenevaja-ekonomika-v-rossii/ (дата обращения: 20.04.2020). – Текст: электронный.
4. Волгина, С.В. Организация внешнеэкономической деятельности предприятий в условиях экономических ограничений / С.В. Волгина, В.Е. Довбыш // Экономика устойчивого развития. – 2018. – № 3 (35). – С. 221–228. – Текст: непосредственный.
5. Николаев, Д.А. Влияние теневой экономики на международное движение капитала в современных условиях / Д.А. Николаев // Экономика. Налоги. Право. – 2018. – Т. 11. – № 5. – URL: <https://new.znaniyum.com/read?id=337502> (дата обращения: 21.04.2020). – Текст: электронный.

УДК 336.71

Дмитрий Григорьевич Хухлаев

канд. экон. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Сергей Андреевич Ковалев

обучающийся 4-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

СОСТОЯНИЕ РОССИЙСКОГО БАНКОВСКОГО СЕКТОРА И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО ИНФОРМАТИЗАЦИИ

Исследование современного состояния российской банковской системы предлагается начать с анализа тенденций функционирования банковских учреждений и их особенностей.

Уровень развития рынка банковских услуг определяется основными характеристиками экономического положения страны: экономической мощностью, уровнем благосостояния народа, развитостью государственных финансовых и правовых институтов и другими. Модели банковского и финансового рынков

РФ имеют общие черты с моделями других стран с развитой экономикой. Ее основными чертами являются доминирование банков над небанковскими финансовыми организациями (ломбардами, кредитными кооперативами и другими). На конец 2019 г. активы российских коммерческих банков составили 91,4 % от ВВП. В нашей стране наблюдается недостаточное развитие рынка капитала и отсутствие широкого слоя инвесторов в лице страховых компаний и пенсионных фондов. Это, в свою очередь, ограничивает возможности экономики по мобилизации и аккумуляции финансовых ресурсов хозяйствующих субъектов и населения в долгосрочные инвестиции, которые являются условием для поступательного развития экономики. Приток иностранных инвестиций в период 2015–2019 гг. существенно замедлился из-за санкционного ограничения доступа к внешним рынкам капитала.

Российский финансовый рынок имеет и другие особенности. К ним относится довольно высокий уровень в банковском секторе, где на пять крупнейших коммерческих банков приходится 60,4 % совокупных активов всей банковской системы. По уровню концентрации российский банковский сектор находится в середине списка европейских стран, причем существенно ближе к странам с низкими показателями концентрации. В 16 странах ЕС доля пяти крупнейших банков существенно выше: максимальная концентрация, например, в Греции – 97,0 %. В двенадцати странах ЕС концентрация ниже – в частности, в Германии (29,7 %) и Австрии (36,4 %) [1].

Активность российского населения на финансовом рынке остается низкой. В структуре сбережений населения доминируют банковские депозиты. Причин несколько.

Во-первых, ЦБ РФ принял меры, укрепившие надежность банковской системы (в том числе стабильность функционирования системы страхования вкладов), при этом ставки по годовым депозитам до недавнего времени не были меньше уровня инфляции, что позволяло гражданам надеяться, что их сбережения не обесценятся. На конец 2018 г. объем депозитов населения в российских банках составил 28,5 трлн руб. [1].

Во-вторых, отсутствие на банковском и финансовых рынках «внятных» инвестиционных продуктов с понятной системой ценообразования и достаточным уровнем надежности.

Краткие выводы сводятся к следующему:

- 1) происходит уменьшение количества кредитных организаций при увеличении масштабов деятельности и концентрации банковского капитала;
- 2) происходит усиление концентрации банковского дела в руках крупнейших пяти российских банков;
- 3) при размещении сбережений в кредитные и финансовые инструменты население предпочитает банковский срочный депозит.

Развитие технологий является на современном этапе объективной необходимостью. Внедрение технологических инноваций в банковский сектор является важнейшим детерминантом развития финансовой индустрии. Применение цифровых технологий для предоставления банковских услуг является фундаментом внедрения инновации в финансовой сфере.

Применение цифровых технологий предполагает фундаментальное изменение принципов предоставления услуг, взаимодействия компаний с клиентами, другими участниками финансового рынка и регуляторами.

Избавляя потребителя от необходимости привлекать дополнительных посредников, финансовые технологии оказывают давление на традиционные бизнес-модели финансовых институтов, усиливая конкуренцию со стороны новых способов предоставления финансовых услуг. Объем услуг, предоставляемых с применением финансовых технологий, пока чрезвычайно мал по сравнению с размером традиционных форм финансовых операций, но темпы его роста впечатляют. Взрывной рост технологий сопровождается появлением значительного количества небольших финансово-технологических компаний. В то же время в конкурентную борьбу уже вступили глобальные цифровые гиганты, что может радикально изменить ландшафт финансового рынка в ближайшие годы. Alibaba, Apple, Facebook, Google, Amazon, Baidu и другие компании уже начали полномасштабную экспансию на рынок финансовых услуг, это касается и нашей страны.

Здесь мы можем наблюдать симбиоз на уровне «банк – электронная торговая площадка», где сопровождение торговых операций выходит на новый уровень. Это, в свою очередь, оказывает влияние на развитие методов оценки эффективности деятельности фирм, участвующих в этом процессе [2].

В свою очередь, рассмотренная тенденция оказывает влияние на стандартизацию банковских финансовых продуктов. Другими словами, создается предпосылка для разработки унифицированных платформ финансовых продуктов, способной привести к доминированию над конкурентами. Основным экономическим эффектом в развитии цифровой модели бизнеса являются низкие абсолютные и удельные издержки, от которых зависит цена финансового продукта для клиента. Рассмотренная модель построения финансового бизнеса в случае ее успешной реализации может принципиальным образом изменить уровень конкуренции и конкурентную среду на российском финансовом секторе. Одновременно будет набирать обороты трансформация традиционных финансовых и банковских институтов. Помимо открывающихся возможностей, широкое внедрение финансовых технологий несет в себе потенциальные риски для участников рынка и стабильности финансового рынка, управление которыми может потребовать нестандартных методов. Очевидно, что эффективные меры по регулированию банковской системы не должны сдерживать инновации.

Это потребует обеспечение баланса между защитой прав клиентов, их персональных данных и экономической эффективностью банковских и финансовых институтов. При этом важно обеспечить эффективную защиту предоставляемой клиентами персональной информации.

Подводя итог, следует отметить положительные стороны цифровизации банковского сектора [3]:

- создание общего реестра, в который банки будут вносить информацию о себе и о клиентах;
- возможность узнать цену активов клиентов;
- возможность проверить, не заложено ли имущество, передаваемое в залог, в другом банке;
- снижение рисков при сотрудничестве с определенным кругом лиц;
- уменьшение расходов на проверку информации о клиенте;
- отсутствие дублированных записей в учете финансовых организаций;
- регистрация всех сделок в реестре и упрощение работы с ними.

Однако недостатки цифровизации банковского сектора [4] тоже существенны:

- основной и грандиозный недостаток – это рост уровня безработицы – автоматизация, в конечном итоге, приведет к уменьшению рабочих мест экономистов;
- возникновение проблем с защитой прав потребителей в суде;
- наличие нерешенных вопросов в нотариальном оформлении электронных банковских документов;
- требуются большие материальные затраты для ЭВМ, оборудования и программного обеспечения.

Таким образом, последствия цифровизации могут иметь не только положительные, но и отрицательные результаты. Соответственно, политика государства в этой области должна быть направлена на минимизацию негативных последствий.

Библиографический список

1. Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на период 2019–2021 годов // Банк России: официальный сайт. – 2019. – URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/71220/main_directions.pdf (дата обращения: 17.04.2020). – Текст: электронный.

2. Таранова, Н.С. Диагностика и экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебное пособие / Н.С. Таранова, М.Ю. Диканов. – Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2018. – 149 с. – Текст: непосредственный.

3. Старилов, А.Г. Плюсы и минусы цифровизации банковского сектора / А.Г. Старилов // Аспирант. – 2019. – № 7 (49). – С. 59–61. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42600945> (дата обращения: 12.04.2020). – Текст: электронный.

4. Мариченко, М.А. Цифровизация банковского сектора РФ: проблемы и перспективы / М.А. Мариченко // Цифровая парадигма развития общества: взгляд из будущего: сборник научных трудов. – Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2019. – С. 153–155. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42541778> (дата обращения: 18.04.2020). – Текст: электронный.

Раздел 3.

ЛИЧНОСТЬ В ГЛОБАЛИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

УДК 659.122.3.011.74

Людмила Александровна Александрова

канд. филос. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Александр Сергеевич Бакулин

обучающийся 3-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ПЛАГИАТ В РЕКЛАМЕ

В толковом словаре Ожегова, плагиат (сходство, подражание) – это умышленное присвоение авторства чужого произведения науки или искусства, чужих идей или изобретений [1]. Рассмотрев общее понятие плагиата, далее рассмотрим, что является плагиатом в рекламе.

В толковом словаре под редакцией Т.Ф. Ефремовой, дается следующее определение плагиата в рекламе: это, очевидное, чаще всего точное повторение чужого рекламного обращения (или активного звена сюжета, сценария, слогана) для рекламы своего товара [2].

В настоящее время в российском законодательстве формальные инструменты правовой защиты отсутствуют. Рекламные изображения и текст не являются, в отличие от элементов фирменного стиля, объектом для регистрации и потому не подпадают под законодательство о защите интеллектуальной промышленной собственности.

Далее рассмотрим, что можно считать плагиатом в рекламе, а что нет. На сегодняшний момент плагиат является, скорее, вопросом этики, но не юриспруденции. Тем более, что не всегда похожие телевизионные ролики, а также наружная и полиграфическая реклама являются действительно плагиатом, то есть умышленным копированием чужой работы. Поскольку плагиатом является точное копирование более ранних таких образцов, то его достаточно сложно найти, поскольку все работы хотя бы немного различаются по цвету, тексту и шрифту и формально плагиатом не являются.

Существует точка зрения, согласно которой необязательно в рекламной коммуникации представлять что-то такое, чего никто и никогда не видел. Для рекламы важна не новая идея – важна новизна впечатлений. Абсолютно оригинальная идея – это миф: как правило, 99 % новых идей – это вариации старых. Чтобы иметь о них представление, нужно хранить в памяти очень много примеров из рекламы, а также истории, литературы, изобразительного искусства, театра и умело перерабатывать их, наделяя ожидаемыми посланиями.

Поэтому задача специалиста по рекламе в поиске наиболее эффективного решения – найти текстовую и визуальную особенность, а не радикально свежий ход. Так или иначе, элементы плагиата есть в любой рекламе.

При некотором обобщении, можно выделить 2 разновидности плагиата в рекламе:

- 1) плагиат в рекламе аналогичных товаров;
- 2) плагиат в рекламе различных товаров.

Рассмотрим сначала плагиат в рекламе аналогичных товаров.

Для примера сравним два образа зайца, используемых в рекламе: EnergizerBunny (1956) и DuracellBunny (1973). В этом примере заяц является символом энергичности и активности. Заяц в рекламе батареек Energizer только стучит в барабан, тогда как зайцы в рекламе Duracell играют в футбол, участвуют в марафоне. По большому счёту, это единственное различие между ними. Поэтому фирма EnergizerBunny, придумавшая свой персонаж первой, может предъявить претензии фирме DuracellBunny, поскольку она скопировала не только идею, но и форму персонажа. Но компания Energizer не стала предъявлять претензий фирме Duracell. Возможно, это связано с тем, что продвижение Energizer рассчитано на американский континент, а Duracell – на европейский.

Рассмотрим другой пример – паштеты марок «Name» и «Наше». На наш взгляд, в этом примере картинка, название, логотип и сама фирменная упаковка почти одинаковы, различий с первого взгляда и не увидеть, если не приглядеться. Чешская компания «Name» была основана в 1922 г., а русская компания «Наше» – в 2005 г. Но, в отличие от первого примера, чешская компания «Name» обязала русскую компанию «Наше» выплатить компенсацию, так как рекламная кампания российской фирмы практически полностью копирует зарубежный бренд. А поскольку паштет марки «Name» имеет оригинальную рецептуру и почти столетние традиции производства и высокого качества, руководство «Name» решило, что такой плагиат способен создать путаницу между товарами, что, в конечном счёте, повредит репутации компании.

Далее рассмотрим особенности плагиата в рекламе различных товаров. Пример – реклама леденцов «Тюнс» и напитков «Nestea». Несмотря на то, что это реклама разных товаров, сюжет ее очень схож. Хотя ролик «Nestea» появился несколько позже, сходство этих роликов явное, но юридически доказать это практически невозможно.

Теоретически российское законодательство защищает авторские права создателей рекламы точно так же, как и права всех других творцов. Проблема лишь в том, что применить закон на практике крайне трудно. Судебных исков по плагиату в рекламе крайне мало. Это связано с тем, что истцу нужно доказать, что он придумал свою рекламу первым. Ответчик может заявить, что он разработал макет или слоган для своего клиента еще несколько лет назад,

просто сам рекламодатель по тем или иным причинам задерживал воплощение, и предъявить подписанные задним числом договор и акт сдачи-приемки работы.

Данную ситуацию усугубляет еще и то, что реклама не является искусством (в том числе в юридическом смысле) и, следовательно, под термин «литературная и художественная собственность» образцы рекламы подпадают с определенными оговорками.

В настоящее время в рекламных коммуникациях имеется большое количество плагиата, поскольку специалисты в области рекламы нередко заимствуют чужие идеи и образы. Это связано с тем, что объектом плагиата является не идея, а её оформление, внешняя оболочка. Данная ситуация ведет не только к путанице между фирмами, но и вредит репутации компании, первой внедрившей неповторимый образ, так как между качеством товаров всегда существует различие. Кроме того, данная ситуация мешает самовыражению и поиску индивидуальных и эффективных идей в рекламе. На наш взгляд, пришло время дополнить российское законодательство в области рекламы и ввести в него не только понятие «литературная и художественная собственность», но и «рекламная собственность».

Библиографический список

1. Толковый словарь Ожегова // Академик: [сайт]. - URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/160178> (дата обращения: 17.04.2020). – Текст: электронный.

2. Ефремова, Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный / Т.Ф. Ефремова // Толковый словарь русского языка Ефремовой: [сайт]. – URL: <https://www.efremova.info> (дата обращения: 18.04.2020). – Текст: электронный.

УДК 81'373

Ольга Павловна Алексеева

канд. философ. наук, доцент ФГБОУИ ВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», Россия;

Светлана Владимировна Евецкая

канд. психол. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

СОВЕТИЗМЫ КАК ОБЪЕКТ СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКИ: ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ

Любой язык реагирует на изменение в социальной, экономической и научно-технической сферах. Рассматривая разные этапы развития русского языка, можно заметить, что наиболее активный период лексического обога-

щения пришелся на времена глобальных экономических, общественных и политических изменений, произошедших в начале XX в., после Великой Октябрьской социалистической революции. Смена политического режима потребовала введения новых понятий для обозначения советских реалий, которые со временем вошли в язык как «советизмы».

Советизмы стали предметом изучения в работах как зарубежных ученых (таких как А. Мазон, Э. Бадер), так и отечественных лингвистов (таких как Л. Щерба, Г.О. Винокур, А.М. Селищев, Е.Д. Поливанов, Н.А. Мещерский, И.Ф. Протченко, И.А. Седакова, Н.А. Купина, А.Д. Швейцер и многих других).

Первооткрывателем новых языковых моментов в русском языке стал французский ученый-славист А. Мазон. Его исследование представлено в работе «Лексика войны и революции в России» (*“Lexique de la guerre et de la révolution en Russie”*), изданной еще в 1920 г. В ней он представляет основные особенности формирования новой лексики и описывает роль аббревиации, иностранных заимствований, имен собственных и сатиры в языке.

Первым, кто предложил ввести понятие «советизм», стал советский лингвист-переводчик Г.В. Чернов еще в 1950-е гг. Он относил советизмы, такие как «нарком», «МТС» и др., к терминам на основании того, что их содержание носит социально-экономический характер, имеющий определенные рамки.

С. Влахов и С. Флорин уточнили значение термина «советизм», отметив, что советизмы – не просто группа терминов, обладающих временным ограничением и историческим контекстом, а реалии с ярким общественно-политическим подтекстом, не всегда имеющие полного языкового покрытия и, таким образом, относящиеся к безэквивалентной лексике. Основными чертами реалий служат наличие национального колорита и отсутствие эквивалента в других языках [1, с. 143].

Наиболее емко трактует советизмы И.А. Седакова, как не только лингвистический факт, но и социальные реалии, особенности психологии, менталитета и т. д. К чисто языковым советизмам автор относит всю лексику и фразеологию советской действительности. Эта группа состоит из исторических имен собственных, фактов и реалий, топонимов. Официоз – неотъемлемый пласт советского языка, ему присущи лозунговость и помпезность. Еще одну группу составляют цитаты из советских кинофильмов, советских произведений литературы и песен. В отдельную группу выделяются просодические и паралингвистические советизмы, имеющие дело с особой интонацией и жестикомацией [2, с. 225]. Здесь мы имеем дело с пониманием советизмов как вербальных и невербальных знаков.

Анализ представленных выше определений советизмов позволяет выделить их основные характерные черты.

Во-первых, этой группе терминов присуща четкая хронология. Общепринятой хронологической датировкой является период 1917–1991 гг. – время

функционирования СССР. Однако ряд языковедов ставят под сомнение целесообразность признания 1917 года временным интервалом появления советизмов. Подтверждением этого факта является фиксация слов, относящихся к советизмам задолго до даты Октябрьской революции. Например, лексему «электричка» В.И. Ленин впервые использовал в своей работе, датирующейся 1906 г. На основании подобных примеров исследователи считают, что «пролетарский этап» развития русского языка начинается приблизительно в 1890-е гг., конец XIX – начало XX вв.

Другие исследователи склонны продлевать временные рамки, не ограничиваясь 1990-ми годами, утверждая при этом, что советизмы не только употребляются до сих пор, но и используются как модель для создания новых штампов языка и ментальности. Слова советской действительности переходят в разряд историзмов или утрачивают свое переносное значение и ряд коннотаций.

Во-вторых, советизмы, как термины – это не просто слова, а это, в большей мере, номинация событий или явлений.

Следующей характеристикой советизмов может служить их специфичность, невозможность быть универсально понятыми, поскольку они служат особым «языковым кодом», понятным для определенной группы людей.

Еще одной особенностью советизмов-реалий является их особый канцеляризм. Официальные штампы, свойственные деловому стилю, начинают широко использоваться в разговорной речи и в художественном тексте. Это такие клише, которые создают особую патетику в политических речах для изображения советской жизни, сплоченности партии и народа, достижений Советского Союза.

Отличительной чертой может служить гигантомания – стремление ко всему самому большому, грандиозному [3, с. 108]. В советский период появляется большое количество гиперболических оборотов, таких как «самые важные лица в стране», «крупные партийные работники» и т. д.

Созданные советской пропагандой советизмы обладают сильной идеологической составляющей. Отмечается, что авторами большей части терминов и словосочетаний была официальная пропаганда того времени. Сложно найти более идеологизированную и политизированную группу терминов, чем советизмы-реалии.

Для советизмов характерно чёткое деление лексики «на отрицательно и положительно окрашенную, а также социальное закрепление этих коннотаций» [4, с. 58]. С этой точки зрения советизмы выполняют значительную оценочную функцию.

Осмысление понятия «советизм» и рассмотрение его основных характеристик позволяет сделать вывод о разнообразии критериев и подходов к изучению.

На наш взгляд, наиболее всеохватывающим явился подход М.И. Шкредовой. Она при выделении советизмов в отдельную лексическую группу определяет следующие критерии: тематический (предполагает отбор лексики согласно тематике); стилистический (рассматривает изменения в стилистической окраске советизмов с учетом времени и пространства); идеологический (указывает на то, что советизмы обозначают политические и идеологические советские понятия); лексикографический (опирается на возможность объединения советских терминов в особые группы с учетом их семантики и коннотативной и др. составляющих); семантический (анализирует процесс изменений в значении слова-реалии); ассоциативный (имеет дело с рассмотрением ассоциативных реакций на советизмы); временной (определяет 1917 г. как начало хронологического периода функционирования советизмов) [5, с. 5].

Проведенный анализ указывает на три основных подхода к изучению советизмов-реалий:

1. Сторонники первого подхода (С.И. Влахов, С.П. Флорин, Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров) акцентируют трактовку понятия и рассматривают советизмы с точки зрения их передачи.

2. Ряд исследователей (таких как И.Ф. Протченко, О.П. Ермакова и др.) указывают на тесную связь состава языка с внеязыковой действительностью. Для них советизмы – это, прежде всего, отражение советского уклада жизни, номинации реалий.

3. В последнее время набирает популярность подход, согласно которому советизмы видятся «способом речевого воздействия тоталитаризма, средством подавления личности, духовности, индивидуальности и свободы мысли». Отмечается, что советизмы – «орудие управления и власти» [6, с. 16]. К представителям, так или иначе выражающим эту точку зрения, можно отнести В.М. Мокиенко, Т.Г. Никитину, П. Червинского, Г.В. Маринченко и других исследователей.

Таким образом, к особым характеристикам советизмов можно отнести хронологическую детерминированность, обозначение не столько слова, а явления (номинация реалий советского уклада жизни), специфичность (невозможность быть универсально понятыми). С точки зрения стилистики, следует отметить их канцеляризм и тенденцию к гигантомании (преувеличения). И наконец, советизмы характеризуются сильной идеологической составляющей. Согласно анализу осмысления понятия, можно выделить три основных подхода к изучению советизмов: терминологический, номинативный (подход, неразрывно связывающий состав языка и внеязыковую действительность), а также понимание советизмов как одного из способов манипулирования.

Библиографический список

1. Влахов, С.И. Непереваемое в переводе / С.И. Влахов, С.П. Флорин. – Москва: Р. Валент, 2012. – 406 с. – Текст: непосредственный.

2. Седакова, И.А. О советизмах в современной русской речи / И.А. Седакова // Знакомый незнакомец: социалистический реализм как историко-культурная проблема. – Москва, 1995. – С. 225–235. – Текст: непосредственный.

3. Хачак, Ф.Д. Особенности русского языка советского периода в произведениях писателя-билингва / Ф.Д. Хачак // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2017. – № 2. – С. 106–109. – Текст: непосредственный.

4. Волчѣк, Л.А. К вопросу о советизмах и причинах их использования в современной российской и белорусской прессе / Л.А. Волчѣк, Т.П. Бахун // Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании: материалы II Международной научно-практической конференции, Минск, 13–14 ноября 2008 г. / ред. совет: А.В. Рубанов (пред.) [и др.]. – Минск: Изд. центр БГУ, 2008. – С. 58–60. – Текст: непосредственный.

5. Шкредова, М.И. Советизмы в эмигрантской прозе: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Шкредова Мария Игоревна. – Архангельск, 2014. – 23 с. – Текст: непосредственный.

6. Червинский, П. Негативно оценочные лексемы языка советской действительности. Обозначение лиц / П. Червинский. – Москва: Издательские решения, 2015. – 642 с. – Текст: непосредственный.

УДК 659.12

Александр Сергеевич Бакулин
обучающийся 3-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ФЕСТИВАЛЬНАЯ РЕКЛАМА – КРЕАТИВ ИЛИ ПСЕВДОТВОРЧЕСТВО?

В настоящее время широко распространено понятие «креатив», которое достаточно активно используют в рекламной индустрии. Но парадокс состоит в том, что, используя данное определение, далеко не каждый понимает истинное значение этого понятия – разные люди дают иные его трактовки. Некорректный перевод термина закрепил за ним синонимичность понятию «творчество». Данное заблуждение постепенно внедрялось в сознание людей и в обществе сложилось неверное представление о тождественности понятий «креативность» и «творчество». Несмотря на то, что креативность является творческой характеристикой, между понятиями «творчество» и «креативность» имеется ряд принципиальных различий. Творческий процесс всегда основывается на вдохновении автора, тогда как в креативном процессе недопустим спонтанный подход. В нём отсутствуют такие креативные параметры, как ориентация на определенную аудиторию и преследование прагматической цели [1].

Креативность в рекламе – специфические и оригинальные художественные, технические и психологические приемы, используемые с целью формирования и стимулирования роста спроса и продаж. Процесс создания креатива в рекламе – это не какой-то банальный ход, такой как оригинальная картинка, название или цветовое решение. В рамках маркетинговых коммуникаций выразительность должна достигаться ясностью текста, изяществом интонации, тонким юмором, динамизмом зрительного образа и т. д. Должен идти поиск решений, при помощи которых реклама достигает своей главной коммуникативной цели – побудить потребителя к определенным действиям. Поэтому настоящий креатив начинается с правильной оценки задачи проекта.

Часто можно услышать, что реклама «как музыка и кино – это индустрия, где творчество – это не просто часть бизнеса, это его сердце и душа». Но на самом деле, в рекламе нет места творчеству, ведь она четко ориентирована на достижение коммерческой цели. А умение работать со словом, дизайн, музыка, кино- и фотоискусство – это инструментарий, и не более [2].

Попробуем разобраться, какой креатив способен влиять на уровень продаж в положительную сторону, а какой – пустая трата денег ради удовлетворения амбиций его создателей. На наш взгляд, это напрямую связано с фестивальной рекламой и той продукцией, которую выставляют её участники.

Существует такое понятие, как «фестивальный ролик». Обычно его интересно смотреть, потом хочется рассказать занимательный сюжет знакомым и друзьям. Однако после просмотра не помнишь, что именно рекламировалось, так как шутка, интересный сюжет, красота женского или мужского тела переключают все внимание на себя, а на рекламируемый товар не обращается внимание. В связи с этим возникает вопрос: если такие ролики не выполняют основную задачу рекламы – побуждать потребителя к определенным действиям – это реклама или нет? На наш взгляд, это больше похоже на рекламный клип, посвященный товару или услуге.

Связано это с тем, что в конкурсах рекламы нет четких критериев оценки, так как главный критерий – продаваемость – оценить невозможно, да и никто не ставит такую цель. Реклама рассматривается как современный вид искусства, оценивается внешняя привлекательность ролика и не учитывается, как она будет выполнять свою основную задачу – влиять на продажи. Это можно сравнить с соревнованиями по прыжкам, где оценивается скорость разбега. Звучит достаточно абсурдно. Большинство конкурсов рекламы в их нынешнем виде – из этой категории. Вы не встретите автомобиль-победитель, на котором нельзя ездить; компьютер-победитель, на котором зависают программы. А реклама-победитель, которая ничего не продает – это явление обычное.

Александр Павлович Репьев, старейший по профессиональному опыту российский рекламист, начавший работу в рекламе в 1966 г., так говорит о

Каннском фестивале: «Зачастую конкурсные работы, сделанные на деньги клиента, имеют основную цель победить на конкурсе, а не решить проблемы рекламодателя. Если называть вещи своими именами, происходит ограбление клиента. Этот грабеж сходит с рук, поскольку клиенты зачастую мало понимают в рекламе, и им льстит победа их ролика на конкурсе. О том, что они выбросили на ветер огромные деньги, они узнают только через несколько месяцев. И тогда затраты на пустую рекламу просто включают в стоимость продукта и за конкурсы платят покупатели. Все счастливы! И покупатели тоже – ведь они об этом не догадываются» [3]. Можно утверждать, что подобная ситуация происходит не только на самом известном в области рекламы фестивале, но и на всех других.

Трудно поспорить с тем, что реклама стимулирует спрос и приводит к снижению цен. Но это касается только продающей рекламы. На фестивалях же в большом количестве присутствует рекламный продукт, который, по утверждению её создателей, содержит креатив, но на самом деле является псевдокреативным поскольку, ничего не продавая, ложится тяжелым бременем на цены товаров, вызывает раздражение потребителей и протест социологов и публицистов. Рекламные пустышки занимают место настоящей рекламы, так необходимой экономике, особенно российской.

Создание рекламы, которая работает – одна из труднейших задач. Не в последнюю очередь это связано с тем богатством инструментария, которыми должен владеть рекламист. А это маркетинг, теория продаж, система Станиславского и многое другое. Чем богаче инструментарий рекламиста, тем больше у него шансов сделать эффективную рекламу. Но это в том случае, если он научится им пользоваться очень экономно и разумно. И стоит помнить, что реклама использует все это только как методы в достижении своей единственной цели – продать. Давно доказано, что узнаваемость рекламы не связана с ее продаваемостью.

В разговорах о фестивальной рекламе и о том, как она должна выглядеть, часто упускается из виду сам потребитель. Итак, кто же он и чего он хочет от рекламы? Это простой обыватель. Человек, которого интересует он сам и его проблемы. Если он и обращает внимание на одну из тысяч реклам, то только в поиске решений своих проблем. На уровне подсознания потребитель отвергает рекламные ребусы, требующие времени и сил для расшифровки. Он лениво переворачивает страницу или переключает канал. Отсюда следует простой вывод: чтобы иметь хоть какой-то шанс быть прочитанной, реклама должна быть проста в усвоении. Как в машине не должно быть ненужных деталей, так и в рекламе не должно быть ничего ненужного – ненужной графики, ненужного текста и т. д.

Таким образом, обобщая всё вышесказанное, можно сделать следующие выводы: для того, чтобы реклама выполняла свое основное предназначение –

побуждать – не стоит забывать о давно выявленных и проверенных правилах рекламы. Стоит всегда помнить о потребителе и его потребностях.

Библиографический список

1. Александрова, Л.А. Креативность как фактор рекламной коммуникации (социально-философский анализ): автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук / Л.А. Александрова; Донской государственный технический университет. – Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2009. – 22 с. – Текст: непосредственный.

2. Шишова, Н.В. Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью / Н.В. Шишова, Л.А. Александрова; Донской государственный технический университет. – Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2013. – 199 с. – Текст: непосредственный.

3. Репьев, А.П. Мудрый рекламодатель / А.П. Репьев. – Москва: Эксмо, 2016. – 352 с. – Текст: непосредственный.

УДК 159.9.07:371.132

Светлана Владимировна Евецкая

канд. психол. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Елена Игоревна Редько

обучающаяся 5-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

САМОРЕГУЛЯЦИЯ ПЕДАГОГОВ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ С РАЗЛИЧНЫМ УРОВНЕМ ТОЛЕРАНТНОСТИ К НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

В ходе своей профессиональной деятельности педагоги дошкольного образования зачастую сталкиваются со сложными педагогическими ситуациями, которые не имеют однозначного решения, заставляют их действовать в ситуации неопределенности (неопределенного исхода), неполноты информации, непредсказуемости событий и последствий выбора, и в тоже время они должны быстро реагировать на эти ситуации и осуществлять продуктивные решения. Поэтому способность педагога дошкольного образования к саморегуляции своей деятельности, поступков и психических состояний в подобного рода неопределенных ситуациях является одним из условий эмоционального комфорта и эффективности деятельности каждого педагога.

В современной психологической науке термин «неопределенности» рассматривается в рамках такого конструкта, как «толерантность к неопределенности». Это предполагает учет ситуаций принятия решений и индивидуально-личностную регуляцию при принятии подобных решений, действий, совершаемых в условиях неопределенности, стремление или избегание этих ситуаций [1].

«Толерантность к неопределенности» рассматривают многие авторы. Среди них можно отметить М.Н. Юртаеву, Н.С. Глуханюк, Е.Ю. Зотову, Т.В. Корнилову и других.

Одной из первых рассматривает и вводит конструкты «толерантность к неопределенности» и «интолерантность к неопределенности» Э. Френкель-Брунски. Она выделяет два аспекта понимания «толерантности к неопределенности»: толерантность в сфере познания и толерантность в личностной сфере, тем самым показывая, что она связана с когнитивным стилем, установками, системой верования, межличностным и социальным функционированием человека, поведением в ситуациях решения проблем. У интолерантного к неопределенности субъекта ситуации неопределенности могут вызвать страх, конфликт, тревогу. Возможной стратегией совладания субъекта является ригидная приверженность предвзятым суждениям и убеждениям. Если что-то противоречит его убеждениям, то для избегания тревоги и конфликта, субъект или не воспринимает эти факты или формирует новые, которые соответствуют его ригидной установке [2, 3].

Поэтому так важна психическая саморегуляция именно в условиях неопределенности. Можно отметить, что это многоуровневая и динамическая система. Она предполагает «системный и организованный психический процесс построения, сохранения и управления всеми формами внешней и внутренней активности, направленной на достижение целей субъекта» (О.А. Конопкин); «специфическую психическую активность, направленную на поддержание или изменения текущего состояния в требуемое» (Л.Г. Дикая) [4, 5].

Концепция индивидуального стиля саморегуляции В.И. Моросановой представляет саморегуляцию как целостную систему с замкнутой структурой. Она реализует цель деятельности, модель значимых условий, программу исполнительских действий, критерии успешности, оценки и коррекции результатов, которым присущи специфические регуляторные функции [6].

О.Л. Осадчук уровни саморегуляции соотносит с уровнями активности человека. Соответственно, автор выделяет четыре уровня саморегуляции психической активности человека: информационно-энергетический (необходим для обеспечения мобилизации физиологических систем и для оптимального функционирования психики); мотивационный (внутреннее побуждение); эмоционально-волевой; индивидуально-личностный [7].

Таким образом, саморегуляция включает в себя следующие функциональные звенья: цель деятельности, значимые условия, программу действий, субъективные критерии достижения цели, контроль и оценку реальных результатов, решения о коррекции системы саморегулирования. Кроме того, хочется отметить волевую регуляцию, как высшую форму произвольного регулирования поведения, связанную с преодолением трудностей.

Недостаточная саморегуляция может проявляться в неумении педагогов дошкольного образования подчинять свою деятельность поставленной задаче, в несформированности навыков планирования деятельности, выделения важных условий деятельности, неумении продумывать последовательность своих действий.

В рамках осмысления изучаемой нами проблемы было проведено эмпирическое исследование, цель которого – выявить особенности саморегуляции педагогов дошкольного образования с разным уровнем толерантности к неопределенности.

Для реализации поставленных эмпирических задач использовались следующие методики: опросник «Стиль саморегуляции поведения» (В.И. Моросанова); тест-опросник «Исследование волевой саморегуляции» (А.В. Зверьков, Е.В. Эйдеман); опросник «Автономности-зависимости» (Г.С. Прыгин); новый опросник толерантности к неопределенности (опросник НТН в модификации Т.В. Корниловой).

Соотнеся полученные результаты между собой, выделили особенности регуляторных процессов, регуляторно-личностных свойств, волевой саморегуляции и типы осознанной саморегуляции деятельности у педагогов дошкольного образования с высоким и низким уровнем толерантности к неопределенности и межличностной интолерантности к неопределенности.

Проведенное эмпирическое исследование показало, что:

1. Стилиевые особенности саморегуляции у педагогов дошкольного образования с низким уровнем толерантности к неопределенности характеризуются более высокой сформированностью процессов планирования, моделирования и программирования. Педагоги дошкольного образования, не готовые делать выбор в условиях неопределенности, стремятся планировать свою деятельность, выделять значимые условия достижения целей, продумывают способы своих действий и поведения для реализации запланированных целей, тщательно разрабатывают программы своих действий.

2. У педагогов дошкольного образования с высоким уровнем толерантности к неопределенности отмечается более высокая гибкость и самостоятельность регуляторики. Педагоги дошкольного образования, готовые действовать в условиях непредсказуемости событий, способны самостоятельно изменять планы и программы своих действий и поведения, постоянно отслеживать изменения условий и перестраивать программы исполнительских действий.

3. Более высокий уровень осознанной саморегуляции деятельности выявлен у педагогов с высоким уровнем толерантности к неопределенности (они относятся к типу «автономных»). Для педагогов, не испытывающих напряжения в ситуации двойственности, неясности, характерно стремление самостоятельно принимать решения и выполнять ответственную работу.

4. Педагоги дошкольного образования с низким уровнем межличностной интолерантности к неопределенности имеют более высокий уровень гибкости и автономности регуляторики. Педагоги дошкольного образования, принимающие неопределенность в межличностных отношениях, способны адекватно реагировать на быстрое изменение событий и самостоятельно разрабатывать планы и программы своих действий.

5. Более высокие показатели самообладания обнаружены у педагогов дошкольного образования с низким уровнем межличностной интолерантности к неопределенности. Педагоги дошкольного образования, способные переносить неопределенность в межличностных отношениях, могут контролировать свои эмоциональные реакции и состояния, хорошо владеют собой в разнообразных ситуациях, не испытывают страх перед неизвестностью и готовы к восприятию неожиданных ситуаций в процессе общения.

6. У педагогов дошкольного образования с низким уровнем межличностной интолерантности к неопределенности выявлен более высокий уровень осознанной саморегуляции деятельности (они относятся к типу «автономных»). С высоким уровнем межличностной интолерантности к неопределенности выявлен более высокий уровень осознанной саморегуляции деятельности педагогов (они относятся к типу «зависимые»).

Таким образом, педагоги дошкольного образования с высоким и низким уровнем толерантности к неопределенности и межличностной интолерантности к неопределенности могут различаться по выраженности регуляторных процессов, регуляторно-личностных свойств, волевой саморегуляции и типу осознанной саморегуляции деятельности.

Библиографический список

1. Юртаева, М.Н. Психологические характеристики толерантности человека к неопределенности / М.Н. Юртаева, Н.С. Глуханюк // Психологический журнал. – 2012. – Т. 33. – № 6. – С. 50–59. – Текст: непосредственный.

2. Френкель-Брунsvик, Э. Психология риска и принятия решений / Э. Френкель-Брунsvик. – Москва: Аспект Пресс, 2003. – 286 с. – Текст: непосредственный.

3. Зотова, Е.Ю. Современные исследования толерантности к неопределенности в зарубежной психологии / Е.Ю. Зотова // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Психология. – 2009. – № 1. – С. 147–155. – Текст: непосредственный.

4. Конопкин, О.А. Психологические механизмы регуляции деятельности / О.А. Конопкин. – Москва: ЛЕНАНД, 2011. – 320 с. – Текст: непосредственный.

5. Прохоров, А.О. Саморегуляция психических состояний: феноменология, механизмы, закономерности / А.О. Прохоров. – Москва: ПЕР СЭ, 2015. – 352 с. – Текст: непосредственный.

6. Моросанова, В.И. Саморегуляция и самосознание субъекта / В.И. Моросанова, Е.А. Аронова // Психологический журнал. – 2008. – № 1. – С. 14–22. – Текст: непосредственный.

7. Осадчук, О.Л. Тренинг саморегуляции: теория, диагностика и практика / О.Л. Осадчук. – Омск, 2008. – 88 с. – Текст: непосредственный.

УДК 005.963:640.4

Галина Васильевна Зеленова

канд. пед. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Надежда Юрьевна Бородина

обучающаяся 5-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Алевтина Сергеевна Бондаренко

обучающаяся 3-го курса РГЭУ (РИНХ), г. Ростов-на-Дону, Россия

ОРГАНИЗАЦИЯ ПОДГОТОВКИ ПЕРСОНАЛА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ К РАБОТЕ С ИНОСТРАННЫМИ ГОСТЯМИ

Основной современной тенденцией является развитие индустрии гостеприимства, которая включает в себя размещение, организацию питания, культурно-развлекательный досуг.

Важные масштабные международные события в стране, такие как Олимпийские игры в Сочи в 2014 г., XIX Международный фестиваль молодежи и студентов в 2017 г., Восточный экономический форум во Владивостоке, который ежегодно проводится с 2013 г., а также грядущие и текущие крупномасштабные проекты, Всемирные выставки Экспо 2020 и 2025 гг., строительство самого крупного в мире газоперерабатывающего завода на Дальнем Востоке России (АГПЗ) значительно повлияли и продолжают влиять на развитие сферы обслуживания, изменяя инфраструктуру, увеличивая количество предприятий средств размещения и предприятий общественного питания, расширяя ассортимент услуг.

Государства мира постоянно взаимодействуют друг с другом, устанавливают контакты, что позволяет жителям планеты узнавать о жизни, традициях, быте народов, знакомиться с достижениями мировой культуры и других сфер. Однако столь активное развитие индустрии гостеприимства позволяет выявить ряд проблем.

По мнению Пироговой О.В., это проблемы подготовки персонала и несоответствие сервиса общепринятым международным стандартам [1]. В основном, в гостиницах работают кадры, которые не имеют профильного высшего образования, а прием гостей из разных стран показывает недостаточные знания иностранных языков, обычаев и традиций других народов, их кулинарных предпочтений, конфессиональных особенностей и многого другого.

Проведенный теоретический анализ научных работ показал существование различных подходов, смыслов, взглядов на сущность понятия «персонал предприятия», трактовка которого постоянно совершенствуется.

Авторы В.К. Скляренко и В.М. Прудников считают, что персонал – это совокупность наемных работников различных профессиональных групп, собственники предприятия, работающие на предприятии в соответствии со штатным расписанием и получающие заработную плату [2].

Кроме авторов, которые рассматривают понятие «персонал» как списочный состав, выделяются авторы, представляющие данное понятие в более глубоко его представлении, раскрывая персонал как один из важнейших ресурсов организации.

По мнению А.Я. Кибанова, персонал – это личный состав организации, включающий всех наемных работников, а также работающих собственников и совладельцев, обладающих комплексом индивидуальных социально-психологических, профессиональных, мотивационных и других качеств [3].

По мнению И.Ю. Сенина, персонал в сфере гостеприимства – это особый инструмент, который напрямую влияет на конкурентоспособность предприятия, именно поэтому качество обслуживания зависит от подготовки персонала и его способности профессионально выстроить коммуникацию, в особенности между людьми разной национальности и принадлежности [4].

Обслуживающий персонал в сфере предоставления услуг играет особую роль, непосредственно контактируя с потребителями и обслуживая их, персонафицировано демонстрируя уровень эффективности работы предприятия.

Соблюдение требований к персоналу сферы сервиса, а именно профессиональная подготовка и высокий уровень компетентности, наличие определенных личностных качеств и др., ведет к высокому уровню сервиса.

Таким образом, персонал является ключевым и самым значимым звеном в сфере услуг, который должен осознавать и нести ответственность за качество обслуживания в процессе выполнения своей трудовой задачи.

Одной из главных обязанностей гостиничного персонала выступает информационное обслуживание. Гостей должны проинформировать о видах обслуживания, предоставляемых средством размещения, местных достопримечательностях, особенностях, работе учреждений (почта, банк, налоговые службы), транспорта и т. д. От того, как встретят гостя, как его примут и поприветствуют, как быстро будут выполнены необходимые этапы обслуживания, будет зависеть первое, самое значимое, впечатление. Персонал гостиницы – это те люди, которые формируют репутацию и имидж нашей страны для иностранных гостей. Именно они зачастую формируют устойчивые стереотипы о русском народе. Несмотря на то, что обслуживание является стандартизированной процедурой (где стандарты подобной работы, бесспорно, гарантируют качество предоставляемых услуг), всегда стоит учитывать определенные особенности каждого человека. Впечатление гостя складывается из многих аспектов,

а так как цель любого предприятия сферы гостеприимства – удовлетворение потребностей клиентов, учитывать стоит уникальность каждого из них.

Ключевым коммуникативным инструментом, которым должен владеть персонал гостиничного предприятия, является язык. Необходимо подчеркнуть, что в данном случае под «языком» понимается не только знание языка гостя, но и понимание культуры этого языка.

Каждое предприятие, в зависимости от категории средства размещения и собственного подхода, определяет для себя, каким будет прием и обслуживание иностранного гостя в рамках нормативно-регламентирующих документов. Однако для индивидуализации обслуживания в гостиницах необходимо знать различные категории туристов и их особенности. Тем не менее, для совершенствования подобного типа услуг, в том числе и услуг для иностранцев, стоит также максимально подробно изучить основные критерии оценки технологии обслуживания иностранных гостей.

Одним из мероприятий для подготовки персонала к работе с иностранными гостями является организация курса иностранных языков на постоянной основе. Курс рассчитан на всех сотрудников предприятия. Целью данного курса является повышение уровня обслуживания иностранных туристов. Организация курсов иностранного языка должна осуществляться администрацией гостиницы. Предусматривается изучение английского языка и языка преобладающего сегмента иностранных туристов. Владение языком позволит всему персоналу гостиницы контактировать с гостями без языковых барьеров. При организации обучения возможно деление персонала на две группы. Первая группа будет включать сотрудников, которые имеют базовый уровень знаний иностранных языков, вторая – не имеющая базовых знаний. Занятия проводятся по расписанию, сформированному согласно рабочему графику сотрудников.

Профессиональное развитие персонала приводит к высокому уровню обслуживания, от которого напрямую зависит конкурентное положение гостиничного предприятия на рынке. С целью повышения качества обслуживания иностранных гостей эффективным является проведение стажировок персонала гостиницы в средствах размещения зарубежных стран. Персонал гостиницы, согласно графику работы, выезжает на кратковременные стажировки в средства размещения. Руководству необходимо подбирать средства размещения, в которых будет осуществляться стажировка персонала на договорной, взаимовыгодной основе, при этом возможны варианты предоставления своих предприятий средств размещения для стажировок иностранных специалистов. Важно, чтобы предприятия были подобного типа по категории, расположению, номерному фонду, количеству дополнительных услуг.

Следующим мероприятием является отбор лучших сотрудников для сопровождения иностранных гостей. Целью данного мероприятия является накопление профессионального опыта, мотивация персонала. Преимуществом будет являться то, что персонал гостиницы сможет повысить уровень

своих профессиональных навыков на проектах международного масштаба. Таким образом, каждый руководитель, в целях индивидуального подхода к управлению персоналом, разрабатывает свою систему мероприятий по подготовке к работе с иностранными гостями. Роль сотрудников очень значима для предприятия средства размещения и гостиничной индустрии, так как именно от них зависит эффективность работы и престиж не только гостиницы, но и города, региона. Принимая иностранных гостей, именно они формируют у них впечатления о культуре и народе нашей страны.

Библиографический список

1. Специфика подготовки квалифицированных кадров в сфере туризма и гостеприимства: перспективы развития: сборник статей / под редакцией О.В.Пирогова – Москва: ИНИОН, 2015. – 315 с. – Текст: непосредственный.
2. Складенко, В.К. Экономика предприятия: научно-практическое пособие / В.К. Складенко, В.М. Прудников. – Москва: ИНФРА-М, 2009. – 228 с. – Текст: непосредственный.
3. Управление персоналом организации / под редакцией А.Я. Кибанова. – 2-е изд., стереотип. – Москва: Кнорус, 2016. – 112 с. – Текст: непосредственный.
4. Сенин, И.Ю. Гостиничная индустрия / И.Ю. Сенин. – Москва: Юрайт, 2018. – 336 с. – Текст: непосредственный.

УДК 640.4:338.467.6

Галина Васильевна Зеленова

канд. педаг. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Алёна Федоровна Сербиненко

обучающаяся ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ КАК ФАКТОР ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА

В современных условиях гостиничные предприятия работают в сильной конкурентной среде. Конкуренция на рынке гостиничных услуг, как основных, так и дополнительных, возрастает под влиянием следующих факторов: применение развивающихся маркетинговых стратегий сегментации рынка, появление на рынке услуг новых предприятий, конкурентное поглощение.

Для того чтобы выделиться на фоне остальных гостиниц, владельцы вынуждены повышать уровень комфортности проживания постояльцев, максимально создавая условия для привлекательности гостей.

Следует отметить, что большинство предприятий средств размещения реализует только одну основную услугу размещения, а дополнительные услуги представлены только базовыми. Либо расширение дополнительных

услуг происходит на базе модернизации уже существующих услуг, что не является привлекательным для потребителей.

По мнению доктора философских наук Павленок П.Д., в настоящее время следует отметить различные подходы к выделению понятия «услуга». Так, услуга в узком смысле понимается как действие, приносящее пользу. Услуга в широком смысле есть результат взаимодействия непосредственно исполнителя и потребителя, направленный на удовлетворение потребности [1]. В соответствии с ГОСТ Р 50646-2012 «Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги населению. Термины и определения», услуга – это результат прямого взаимодействия исполнителя и потребителя и, следовательно, деятельность исполнителя по удовлетворению потребности потребителя [2]. Услуги, оказываемые населению, имеют функциональное назначение и разделяются на материальные и социально-культурные. К материальным услугам относят бытовые, связанные с ремонтом и изготовлением изделий; жилищно-коммунальные, услуги общественного питания, услуги транспорта и прочие.

Социальные же услуги связаны с удовлетворением интеллектуальных потребностей и нормальной жизнедеятельности потребителя. К ним можно отнести медицинские услуги, услуги сферы культуры, туристические услуги и др. Особенности оказания услуг определены особенностями деятельности организации сферы сервиса. И так как они предоставляются индивидуальному заказчику, то имеют локальный характер производства услуги [3].

Непременной составляющей деятельности гостиницы любого типа, уровня, классификации являются дополнительные услуги. Их ассортимент всегда ориентирован на ту или иную категорию постояльцев гостиницы. Следовательно, качество и количество дополнительных услуг определяется потребностями гостей и может значительно варьировать в зависимости от средства размещения. И в условиях жесткой конкурентной борьбы на рынке гостиничных услуг необходимо расширять дополнительные услуги, обеспечивая привлекательность средства размещения, используя для этого разнообразные ресурсы.

Средства размещения, расположенные на востоке Ростовской области, окружены уникальными природными ресурсами. В 80 километрах от Ростова-на-Дону расположен Ростовский государственный биосферный заповедник, главным богатством которого является целинная степь с характерной для этой природной зоны флорой и фауной. Уникальным явлением в заповеднике «Ростовский» является время цветения тюльпанов. К этому событию власти Ростовской области приурочили экологический фестиваль «Воспетая степь», который, по версии аналитического агентства «ТурСтат», занимает восьмую строчку в рейтинге самых востребованных фестивалей и праздников

весны в регионах России, популярных среди туристов. Богат заповедник различными видами редких животных.

На территории Орловского сельского поселения имеются уникальные лечебные грязи и минеральные источники, по своему химическому составу аналогичные тамбукамским грязям на Кавминводах.

Основной ценностью озера считается рапа (высококонцентрированный раствор солей), по физико-химическим показателям она относится к типу иловых грязей приморских водоемов и близка по составу к известной Куяльницкой грязи.

На берегу озера действует климато-кумысолечебница Маныч, где в комплексе противотуберкулезной терапии, помимо медикаментозных средств, используются грязелечение и кумысолечение.

В п. Маныч установлена скважина, минеральная вода которой характеризуется сульфатнохлоридным натриевым составом. В медицине такие воды классифицируются как лечебно-столовые и могут использоваться при лечении хронических гастритов, колитов, заболеваний печени и желчно-выводящих путей, хронического панкреатита.

Кроме участка озера Грузское и степной зоны, в состав Ростовского заповедника входит прибрежная часть реликтового, тектонического озера Маныч–Гудило. Название Гудило озеро получило из-за издаваемого гула, который возникает при отражении от крутого берега больших волн, поднимающихся при сильных ветрах. Оно является самым большим соленым озером Ростовской области и одним из крупнейших в Европе. В летнее время озеро пересыхает и на поверхность дна выступает соль. Таким образом, богатейший, уникальный природный потенциал необходимо использовать при разработке и создании новых дополнительных услуг, расширяя их ассортимент.

С целью привлекательности средства размещения предложены мероприятия, учитывающие имеющиеся ресурсы по расширению спектра дополнительных услуг, такие как: тематические экскурсии по заповеднику; одиночные или групповые прогулки со спутниковым навигатором, с использованием фото-ловушек; релаксационные прогулки «Библиотека на природе»; создание и оборудование соляной комнаты с эффектом релаксации и оздоровительно-профилактическими процедурами, использование которой возможно не только гостями, но и жителями населенного пункта; подарочные мини-упаковки с лечебной грязью.

Правильно созданный комплект дополнительных услуг способен сформировать гостинице уникальный имидж, привлечь внимание туристов даже из отдаленных регионов. Если основные услуги формируют стержень предприятия, то дополнительные предназначены для того, чтобы предать гостиничному предприятию завершенность и неповторимость.

Библиографический список

1. Павленок, П.Д. Системный подход в социальной работе / П.Д. Павленок // Отечественный журнал социальной работы. – 2005. – № 2. – С. 16–21. – Текст: непосредственный.
2. ГОСТ Р 50646–2012. Услуги населению. Термины и определения: национальный стандарт Российской Федерации: введен взамен ГОСТ Р 50646-94: дата введения 29.11.2012. – Москва: Стандартинформ, 2014. – Текст: непосредственный.
3. Романович, Ж.А. Сервисная деятельность: учебник / Ж.А. Романович. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Дашков и К, 2008. – 324 с. – Текст: непосредственный.

УДК 658.628:642.5

Валерий Иванович Кузнецов

д-р. социол. наук, профессор ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Елена Александровна Плясулина

обучающаяся 5-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ПРИНЦИПЫ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ И ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ТОВАРНЫЙ АССОРТИМЕНТ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Актуальность выбранной темы исследования заключается в том, что формирование и расширение ассортиментной политики является одним из основных направлений в деятельности каждого предприятия. В современных условиях перехода к рыночной экономике, когда к продукту предъявляются повышенные требования со стороны потребителя по качеству и ассортименту, это направление приобретает особую актуальность.

Роль процесса управления ассортиментом определяется тем, что одним из ключевых моментов эффективных продаж является наличие сбалансированного ассортимента. Набор продуктов и услуг должен соответствовать ожиданиям потребителей, поэтому любое предприятие, работающее в сфере услуг, заинтересовано в формировании и расширении интересного и эффективного продуктового портфеля для потребителя. В связи с этим проблема эффективного форми-

рования и расширения ассортимента для предприятий, в частности общественного питания, всегда актуальна.

Общественное питание представляет собой социально-экономическую систему, целевой функцией которой является предоставление населению общественно-организованного процесса потребления пищи – питания [1, с. 18].

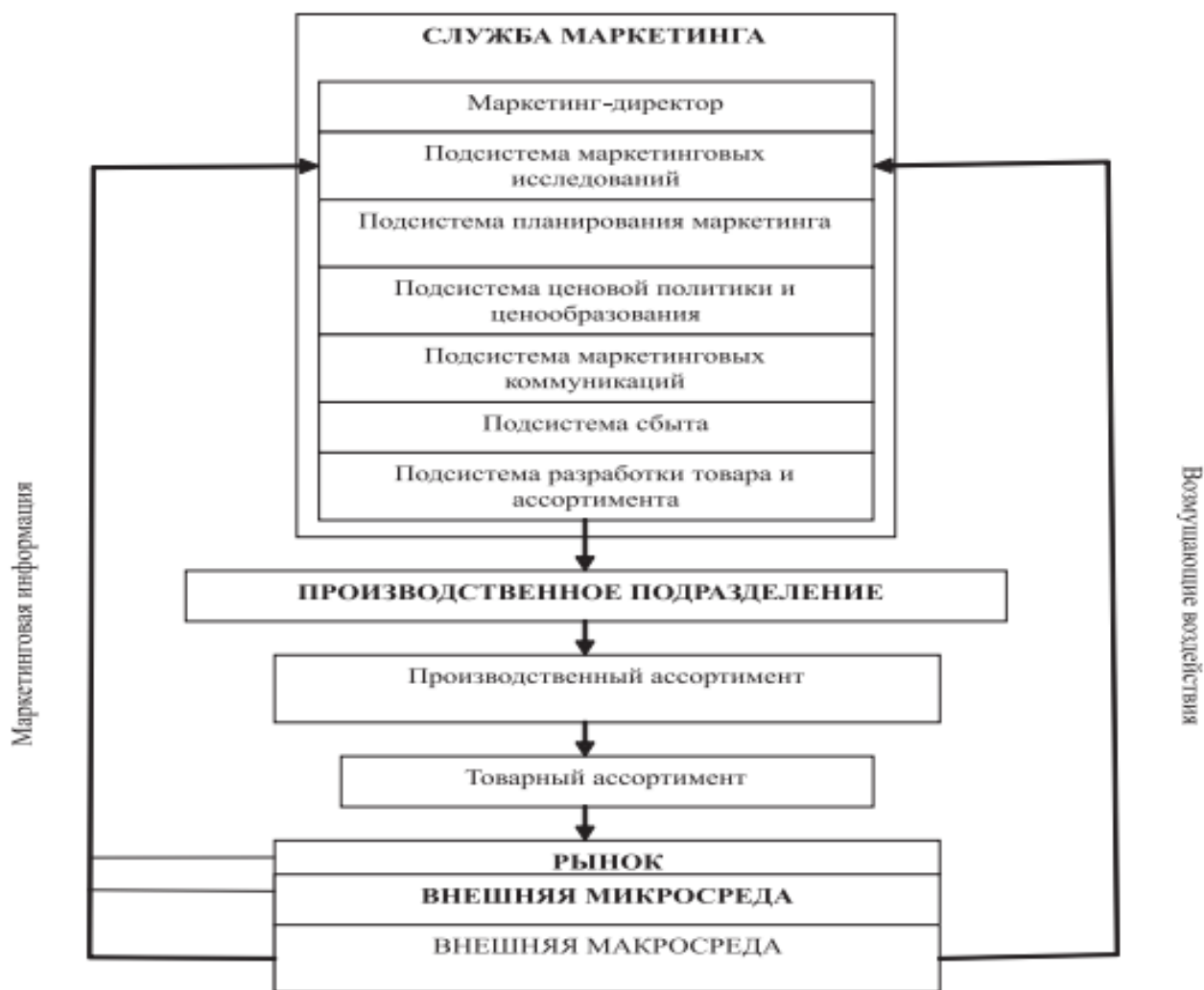
Согласно межгосударственному стандарту, под предприятием (объектом) общественного питания понимается «имущественный комплекс, используемый юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем для оказания услуг общественного питания, в том числе изготовления продукции, создания условий для потребления и реализации продукции общественного питания, а также для оказания дополнительных услуг» [2]. Однако, в соответствии с изменениями в Гражданском кодексе РФ [3], этот термин претерпел трансформацию и стал применим для группы предприятий, находящихся в государственной и муниципальной собственности, а все другие хозяйствующие субъекты, являющиеся юридическими лицами, получили название организаций.

Адаптивная ассортиментная политика (обладающая свойством самоприспособления и адаптацией), с помощью определённого алгоритма или постоянного изменения в зависимости от изменения факторов внешней и внутренней среды предприятия, т. е. учитывающая не только возможности собственного предприятия, но и потребности общества, позволяет оптимизировать процесс обновления ассортимента услуг и служит показателем общей направленности действий, способных скорректировать текущую деятельность предприятия [4, с. 75].

При этом адаптивное управление товарным ассортиментом достигается за счёт обратной связи, которая представляет собой информационную систему (см. рисунок) [5, с. 65].

Направлениями расширения ассортиментной политики на предприятии общественного питания являются:

- 1) наращивание товарного ассортимента для добавления новых товаров для получения дополнительной доли рынка и более эффективного использования имеющихся мощностей в виде основных средств (площадей и оборудования), а также для противодействия вступлению в рынок «общепита» предприятий конкурентов;



Информационная схема подсистемы адаптивного управления
товарным ассортиментом предприятия
при функциональной организации службы маркетинга

2) наращивание товарного ассортимента (вверх) на более высокий ценовой уровень товаров и услуг повышенного качества с ориентацией на наиболее полное удовлетворение общественных потребностей, существующих на рынке, и максимизацию прибыли при минимизации затраченных ресурсов, при этом оптимизированная ассортиментная политика решает следующие задачи:

а) более чёткое выделение целевых групп среди потребителей (населения) обеспечивает с ними тесную связь для более полного удовлетворения их запросов;

б) анализ использования технологических знаний и опыта предприятия общественного питания для подбора наиболее удачного варианта (оптимизации ассортимента);

в) формирование ассортимента предприятия общественного питания, которое базируется на ожидаемой рентабельности и величине прибыли, т. е. запланированная (прогнозная) оптимизация финансовых результатов предприятия;

г) завоевание новых покупателей за счёт расширения количества товаров и качества услуг в области реализации;

д) диверсификация различных сфер деятельности предприятия, т. е. перераспределение ресурсов в другие сферы деятельности;

е) ценообразование – за счёт применения более эффективной системы (например, адаптивной, т. е. реагирующей на изменения во внешней и внутренней среде предприятия).

Таким образом, на основании теоретических исследований напрашивается вывод о том, что все процессы оптимизации ассортимента сопровождаются многочисленными трудностями и проблемами, основными из которых являются:

1) быстро меняющиеся потребности клиентов, что вынуждает сервисные компании постоянно обновлять свой спектр услуг;

2) жесткая конкуренция, которая приводит к тому, что новые услуги, выставленные на рынок, не успевают окупить вложения в их производство и продвижение;

3) трудности прогнозирования изменений потребительского спроса, которые не позволяют создать четкую систему управления ассортиментом услуг на предприятиях;

4) недостатки инструментов стратегического и оперативно-тактического управления ассортиментной политикой и др.

Наиболее современной и успешной в условиях высокой конкуренции и постоянно меняющихся предпочтений населения для предприятий общественного питания является адаптивная (приспосабливающаяся) ассортиментная политика, потому что она:

а) является частью товарной политики,

б) позволяет более прибыльно и эффективно управлять ассортиментом на разных стадиях жизненного цикла товаров и услуг,

в) сохраняет объективную способность выявлять источники товарных ресурсов, необходимых для формирования рационального ассортимента.

В результате исследование подтвердило значимость продуманной ассортиментной политики на предприятии общественного питания, наряду с грамотным позиционированием на рынке и наличием квалифицированного персонала. Коммерческий успех предприятия общественного питания зависит также от того, какой ассортимент продукции оно предлагает, какие сопутствующие услуги оказывает и насколько качественно это делает. Оптимальный ассортимент предприятия общественного питания должен содержать разнообразные позиции, соответствующие вкусовым предпочтениям основной целевой группы потребителей.

Библиографический список

1. Батраева, Э.А. Экономика предприятия общественного питания / Э.А. Батраева. – Москва: Юрайт, 2017. – 387 с. – Текст: непосредственный.
2. ГОСТ 30389 – 2013. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования. – Москва: Издательство стандартов, 2015. – 16 с. – Текст: непосредственный.
3. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. I–IV: [принят Гос. Думой 23 апреля 1994 г. с изменениями и дополнениями по состоянию на 16 декабря 2019 г.] // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 22. – Ст. 1 – 453. – Текст: непосредственный.
4. Захарченко, Е.В. Ассортиментная политика на сервисных предприятиях / Е.В. Захарченко // Торгово-экономический журнал. – 2017. – Т. 4. – № 3. – С. 80. – Текст: непосредственный.
5. Андреев, С.Н. Методология построения подсистемы адаптивного управления товарным ассортиментом системы маркетинга производственного предприятия / С.Н. Андреев, С.Н. Быховец // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2006. – № 6. – Текст: непосредственный.

УДК 373.3

Валентина Ивановна Лабунская

канд. соц. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Екатерина Александровна Задорожная

обучающаяся 5-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

АКТУАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ ФОРМИРОВАНИЯ ГРАМОТНОСТИ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ

Овладение грамотным письмом – главная цель языкового образования в начальной школе. Орфографическая грамотность всегда представлялась весомой составляющей общей языковой культуры человека и языковой компетенции учащихся. И, добавим, весьма сложной педагогической и методической задачей для учителя начальной школы.

Актуальные практики формирования грамотности в начальной школе базируются на получивших безусловное признание в современной науке подходах и методах. Первый и важнейший в обучении грамотному письму этап состоит в умении обнаруживать орфограмму. По мнению педагогов, психологов, методологов начального языкового образования, отсутствие или недостаточная сформированность умения выделять орфограммы – основная причина, препятствующая полноценному развитию орфографического навыка. Способ-

ность видеть орфограммы выступает базовым орфографическим умением, получившим в научной литературе самостоятельное определение «орфографическая зоркость». И оно должно быть развито как базовый принцип работы со словом ещё в начальной школе.

Несмотря на обозначенную в научной и методической литературе значимость формирования грамотности, в практике обучения правописанию в начальной школе обнаруживается недостаточность применения научно обоснованных подходов в обучении грамотному письму. Низкий уровень грамотности старших школьников, взрослого населения вызывает обоснованное беспокойство. Так, итоги Тотального диктанта 2018 года выявили, что стопроцентную грамотность и знание русского языка показали не более 3-4 % участвовавших в этой широкомасштабной образовательной акции [1]. По результатам всероссийских проверочных работ по русскому языку, в 4-х классах в 2017 г. лишь 28 % учеников не допустили грубых орфографических ошибок [2, с. 15].

Установлено, что орфографическая грамотность закладываются к 10 годам, то есть в начальной школе. Большой вклад в исследование данной проблемы внесли педагоги-методологи М.Р. Львов, М.С. Соловейчик, В.Г. Рамзаева, Л.В. Савельева и другие. В их работах доказано, что обучение орфографии напрямую зависит от того, насколько у детей развита способность обнаруживать орфограммы. В современной методике начального языкового образования утвердилось положение об абсолютной осознанности действий учащихся при формировании ими орфографического навыка.

Актуальные практики формирования грамотности основываются на этих положениях. Исследования выявляют то обстоятельство, что у 30 % учеников орфографическая зоркость сформирована слабо [3, с. 308]. Механическое запоминание правил орфографии недопустимо в современной методике. Вместо формально-графического принципа обучения правописанию используется принцип осознанного письма, осознанного применения орфографических правил, а также семантическая работа со словом. Поскольку ясное и точное значение слова с орфограммой обнаруживается в словосочетании, предложении, тексте, то методика рекомендует, по возможности, работать с текстами, с литературой. М.Р. Львов в своих работах дает глубокое научное психолого-педагогическое обоснование методов обучения правописанию и формирования грамотности [3, с. 318]. Найденная им модель методов обучения правописанию представлена в таблице.

Методы обучения правописанию

Закономерности	Направления	Группы методов
Правила графики и орфографии	Обозначение фонем буквами	Фонемный и буквенный анализ и синтез
Механизмы памяти	Запоминание, заучивание	Имитативные
Законы рассуждения и доказательств	Опора на теорию, на грамматику	Метод решения грамматико-орфографических задач

Данные направления и соответствующие им методы могут применяться одновременно, поддерживать одним другое, а третье направление по мере накопления грамматико-орфографических знаний занимает все большее место к концу начальной школы. На ранней ступени в 1-2-х классах, когда нет грамматических знаний, а фонетические сведения уже имеются, преобладает метод соотнесения буквы и звука на основе звукобуквенного анализа. Зрительное запоминание играет важную роль в усвоении непроверяемых слов, слов с трудной этимологией, при наличии больших расхождений между буквенным и звуковым составом слов, и таких слов немало. Имитативный метод рассчитывает, в основном, на репродуктивную деятельность учеников, методы анализа и синтеза предполагают повышение познавательной активности детей, а методы решения грамматико-орфографических задач совпадают с поисковыми, проблемными методами обучения.

Такой подход используется в актуальной практике формирования грамотности, которая была использована авторами статьи при реализации грамматико-орфографического проекта во 2-м классе СОШ. Работа проводилась в русле современных подходов, ориентированных на формирование прочных орфографических умений на основе осознанных действий, базирующихся на теоретических знаниях и рассчитанных на положительную учебную мотивацию младшего школьника. Учащиеся экспериментального класса успешно справлялись с заданиями, рассуждали, анализировали языковой материал, комментировали прохождение «опасных мест» в словах, отвечали на вопросы, обосновывали выбор правильной буквы, учились самостоятельно излагать мысли и создавать письменное высказывание или небольшой текст. При этом мы не упускали нашу «сверхзадачу» – распознавать орфограмму и правильно писать, помня о том, что орфографическая зоркость – основа грамотного письма.

Контрольный этап эксперимента завершился выявлением уровня сформированности орфографических умений и оценкой эффективности проделанной работы. Выявлено снижение общего количества допущенных ошибок по анализируемым орфограммам в экспериментальном классе на 12 позиций. В экспериментальном классе процент качества обученности по русскому языку с 66,6 % увеличился до 74 %, средний балл с 3,77 увеличился до 3,88.

Таким образом, практика использования методически целесообразных, психологически и педагогически обоснованных методов и приемов орфографической работы, опора на безусловную осознанность выбора орфограммы на прочной теоретической основе, ориентация на положительную учебную мотивацию младших школьников дает свои положительные результаты.

Библиографический список

1. Итоги «Тотального диктанта-2018» обнародовали эксперты // Пронедра: [сайт]. – URL: <https://pronedra.ru/itogi-totalnogo-diktanta-2018-obnarodovali-eksperty-235953.html> (дата обращения: 18.02.2020). – Текст: электронный.
2. Лях, Ю.А. Всероссийские проверочные работы / Ю.А. Лях, А.А. Музаев // Педагогика. Психология. Социокинетика. – 2017. – № 3. – С. 13–19. – Текст: непосредственный.
3. Львов, М.Р. Методика преподавания русского языка в начальных классах: учебное пособие / М.Р. Львов, В.Г. Горецкий, О.В. Сосновская. – 7-е изд., стереотип. – Москва: Академия, 2012. – 464 с. – Текст: непосредственный.

УДК 339.138:640.4

Александра Дмитриевна Мартынова
обучающаяся 3-го курса ИТ (филиал) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ МЕХАНИЗМОВ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДВИЖЕНИЕМ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

В статье обосновывается актуальность и целесообразность системного подхода к продвижению гостиничных услуг. Показана специфика и особенности поэтапного формирования механизмов управления продвижением гостиничных услуг с использованием модели привлекательности гостиничного предприятия.

Имея дело с конкуренцией в нестабильной экономической среде и разрабатывая свою стратегию позиционирования, гостиничные комплексы не должны забывать о следующем. Параметры дифференциации гостиничных услуг полезны только тогда, когда они важны для клиента, когда они доступны, выгодны, неподражаемы для конкурентов и превосходят все другие способы получения той же выгоды от конкурентов [1].

В данной ситуации предприятия, работающие в условиях рыночной экономики, должны обладать большой гибкостью и способностью быстро реагировать на изменения макроэкономической среды. В современном бизнесе пе-

риодичность обновления технологий и методов ведения предпринимательской деятельности подразумевает постоянное движение и развитие, отсутствие же изменений практически всегда приводит к кризису.

Работа по внедрению современных подходов и методов управления гостиничными предприятиями может начинаться с любых механизмов управления предприятием, совершенствование которых наиболее актуально для организации.

Сегодня практически на каждом предприятии возникают вопросы о проблемах продвижения товаров или услуг. Ежедневно на рынке возникают все больше мелких и средних организаций, предлагающих уже существующие или новые товары и услуги, поэтому любое предприятие ставит перед собой задачу обеспечить себе лидерство и занять большую нишу в сфере своей деятельности.

Для того чтобы иметь конкурентные преимущества, каждой организации и предприятию, которые представляют индустрию гостеприимства, необходимо разработать эффективную политику продвижения своего товара. Данные аспекты подтверждают актуальность выбранной темы исследования.

Первоначально термин «продвижение» в переводе с английского «promotion» в широком смысле имел значение «продвижение вперёд». Сегодня же под продвижением понимается любая форма действий, используемых фирмой для информирования, убеждения и напоминания потребителям о своих товарах и услугах. В маркетинге это понятие трактуется как «способствование» покупателя к действию. В профессиональной сфере трактовка термина имеет более узкое значение – «виды стимулирования сбыта от снижения цены до раздачи бесплатных образцов» [2, с. 54].

Каким бы эффективным и уникальным не было предложение гостиничного предприятия, оно не имеет реальной ценности без правильно выстроенных и эффективных коммуникаций, которые делают гостиничные услуги привлекательными для целевой аудитории.

В книге Филиппа Котлера «Основы маркетинга» описан комплексный подход к маркетингу, который, используя набор определенных инструментов, способен существенно влиять на потребительский спрос. Самые главные элементы комплекса маркетинга представлены в концепции 4Р.

Согласно данной концепции, в состав комплекса маркетинга входят 4 элемента, которые в переводе на английский начинаются с буквы «Р»:

- продукт (product);
- цена (price);
- место продажи (place);
- продвижение (promotion).

На основе положений данной концепции предприятие в рамках маркетинговой деятельности создают и реализуют торговую, ценовую, сбытовую и коммуникационную политику [3, с. 16].

Определив целевую аудиторию, необходимо выбрать такие маркетинговые инструменты по отношению к этой аудитории, которые позволили бы перевести как можно больше потенциальных клиентов в категорию приверженцев отеля. Продуктивность и привлекательность гостиничного предприятия для потенциальных клиентов удобно определять формулой, предлагаемой И.Б. Андреевым и А.А. Мусакиным, на основе которой весьма эффективно можно выстраивать механизмы управления продвижением гостиничных услуг [4, с. 175]. Иначе говоря, мера привлекательности гостиничного предприятия – это следующая функция:

$$П_{гу} = f(I, T, M),$$

где $P_{гу}$ – мера привлекательности гостиничного предприятия,

I – мера имиджа гостиничного предприятия,

T – мера благоприятности тарифной политики для клиента,

M – мера территориальной благоприятности (удобства расположения).

Согласно интегрированному подходу Дж. Барнетта и С. Мориарти, маркетинговые коммуникации используются для демонстрации важных характеристик трёх элементов: имиджа отеля, его месторасположения и цены на гостиничный продукт. Авторы подхода доказательно определяют маркетинговые коммуникации как процесс передачи информации о продукте (услуге) целевой аудитории и показывают, что сам товар (услуга), его цена и способ распространения также могут нести важную рыночную информацию потребителю [5, с. 16].

Следовательно, маркетинговые коммуникации с использованием целевых специальных сообщений о товаре (услуге), его цене, способах и местах реализации должны вызывать интерес целевой аудитории к товару как услуге и формировать определённое представление о нём. В свою очередь, каждый из трёх параметров привлекательности гостиничного предприятия определяется совокупностью факторов, характеризующих деятельность данного гостиничного предприятия.

Продвижение товара или услуги на рынке имеет важное значение для развития предпринимательских структур, что ускоряет процессы доведения продукции от производителя до конечных потребителей. Продвижение продукции предприятия включает в себя:

- разработку политики стимулирования сбыта, продвижения продукции;
- выбор инструментов стимулирования, планирование их использования и управления ими;
- определение задач рекламы и выбор средств её передачи;

- налаживание контрактных отношений со СМИ;
- создание имиджа организации;
- разработка плана продвижения продукции и его осуществление.

Сегодня предприятия пользуются коммуникативными системами для налаживания контактов с потребителями и другими взаимодействующими организациями.

Идентичность понятий маркетинговой коммуникации и методов продвижения говорит о сложившейся сложности коммуникативной составляющей политики продвижения. Так как на разных стадиях готовности совершить покупку потребитель пользуется различными источниками информации. Именно поэтому при планировании коммуникаций нужно знать, на какой стадии готовности находится и какой информационной составляющей пользуется потребитель на данной стадии [6, с. 58].

Таким образом, продвижение продукции на рынке услуг является важным фактором развития предпринимательских структур и способствует ускорению процесса доведения продукции от производителя до конечного потребителя. Средствами продвижения в данном случае являются: стимулирование сбыта, паблик рилэйшнз, директ-маркетинг, личные продажи, которые, в свою очередь, являются составляющими маркетинга в целом.

Одним из методов оценки эффективности политики продвижения является определение дополнительной прибыли, полученной за счёт проведенного мероприятия по стимулированию, а также сопоставление полученных результатов с затратами. Основываясь на показателях прибыли и выручки от реализации, можно рассчитать коэффициент рентабельности по всей продукции и по отдельным её видам. Сокращения показателя затрат на производство и сбыт можно считать положительной тенденцией, оценивая рентабельность. Благодаря правильно выстроенной политике продвижения можно увеличить объём реализации при невысоком уровне затрат.

Метод оценки эффективности рекламы заключается в сравнении оборота услуг до и после мероприятия. В основе этого метода лежит сопоставление оборота в определённый отрезок времени до рекламных мероприятий и после их воздействия. Конечные выводы об эффекте рекламы получают после сравнения дополнительной прибыли, полученной в ходе использования средств продвижения, которые нацелены на реализацию услуг.

В результате эффект от мероприятий можно оценить с помощью анализа выручки, прибыли и оборота, которые напрямую зависят друг от друга. Их увеличение говорит об эффективности работы политики продвижения.

Политика продвижения – это позиционирование торговой марки и создание системы интегрированных маркетинговых коммуникаций. Она пред-

ставляет собой динамично меняющийся процесс – возникающие при его организации проблемы требуют постоянного наблюдения и осмысления. Данная сфера деятельности характеризуется как коммуникативная политика, составляющими которой являются: реклама, сервисная политика, система сбыта, персональная продажа, формирование отношений между предприятиями-производителями и конечными потребителями.

В связи с этим основными задачами в сфере индустрии гостеприимства являются создание конкурентных преимуществ, создание стабильной клиентуры за счет возможности поиска своего клиента, поиска новых путей развития и постоянного обновления собственной политики с учётом динамично развивающегося рынка гостиничных услуг.

Таким образом, правильно подобранные и своевременно применённые механизмы управления продвижением гостиничных услуг в сфере индустрии гостеприимства, могут однозначно гарантировать предприятию увеличение спроса, продаж и выручки.

Библиографический список

1. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Дж. Мейкенз. – Москва: Юнити, 2011. – 163 с. – Текст: непосредственный.
2. Алексунин, В.А. Маркетинг: учебное пособие / В.А. Алексунин. – Москва: Дашков и К, 2013. – 190 с. – Текст: непосредственный.
3. Затулеев, А.П. С чего начать, как преуспеть. Советы владельцам и управляющим: пособие для студентов вузов / А.П. Затулеев, Г.О. Колесова. – Санкт-Петербург: ЮНИТИ, 2008. – 224 с. – Текст: непосредственный.
4. Мусакин, А.А. Малый отель: с чего начать, как преуспеть. Советы владельцам и управляющим / А.А. Мусакин. – Санкт-Петербург: Питер, 2012. – 320 с. – Текст: непосредственный.
5. Кулишкин, Д.Ю. Особенности формирования механизмов управления продвижением гостиничных услуг / Д.Ю. Кулишкин // Концепт: научно-методический электронный журнал. – 2014. – Т. 20. – С. 3876–3880. – URL: <http://e-koncept.ru/2014/55040.htm> (дата обращения: 12.04.2020). – Текст: электронный.
6. Зайцева, М.М. Организация и экономика сферы сервиса и основы предпринимательства: учебное пособие / М.М. Зайцева. – Ростов-на-Дону: РГСУ, 2014. – 120 с. – URL: <https://ntb.donstu.ru/content/organizaciya-i-ekonomika-sfery-servisa-i-osnovy-predprinimatelstva> (дата обращения 10.04.2020). – Текст: электронный.

Алла Алексеевна Морозова

канд. филол. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Нина Степановна Палагина

канд. психол. наук, преподаватель кафедры специальных дисциплин

ВФ ФГКОУ ВО РЮИ МВД России;

Виктория Евгеньевна Мартыненко

обучающаяся 4-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

СИТУАЦИЯ УСПЕХА КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УЧИТЕЛЯ И УЧАЩЕГОСЯ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ

Обучение – это целенаправленный и мотивированный процесс, который в современном образовании представляет собой в большей степени стимулирование активной деятельности детей. Перед учителем ставится задача вовлечь каждого ученика в те мероприятия, которые обеспечивают формирование и развитие познавательных потребностей и мотивов ребенка. Для того чтобы этот процесс не прерывался, обучающемуся необходимо осознавать цели и задачи каждого урока. Необходимо, чтобы процесс обучения строился по следующей цепочке: возникновение потребности – мотив – цель обучения – действие – рефлексия деятельности.

Младший школьник учится понимать и принимать цели, которые поставил учитель, и выполняет все действия в соответствии с практическими рекомендациями. Общая значимость формирования позитивного отношения к обучению ребенка заключается в том, что учитель должен перевести своих учеников с уровня негативного обучения на взрослые формы позитивного отношения к обучению – осознанные и ответственные. Позитивная среда в школе и на занятиях способствует формированию успешной учебной мотивации [1].

Каждый учитель должен быть уверен, что его ученики успешно учатся в школе. Все дети индивидуальны, у них есть свои достижения. Отсюда следует, что цель учителя – научить ребят достигать результатов, которые сочетаются с адекватной самооценкой, настойчивостью, упорством, силой, невероятным терпением и трудолюбием.

Ситуация успеха – это переживание субъектом своих собственных, личных достижений. Формирование успешных ситуаций считается полезным и нужным в современной школе методом обучения, так как практическая организация этих ситуаций оказывает положительное влияние на полноценное развитие ребенка.

Ребенок, который ходит в школу, надеется быть признанным и хочет завоевать любовь и уважение как учителей, так и одноклассников. Крах этого блестящего оптимизма – самая серьезная проблема современного обучения. Ребенок приходит в школу полный желания учиться. Почему он не заинтересован в обучении? Какую роль в этом играет его учитель? Должен ли учитель заинтересовать ученика и как именно это можно сделать?

Изучение этого вопроса демонстрирует прямую зависимость между качеством обучения и его успешностью. Во всех дисциплинах наблюдается улучшение качества подготовки, но, конечно, в разной степени. Дети больше интересуются окружающим миром. А самыми сложными предметами, по мнению учеников начальной школы, являются математика и русский язык. И именно в этих вопросах формирование успешного процесса обучения может существенно повлиять [2].

Различают такие типы ситуации успеха, как неожиданная радость, общая радость и радость обучения. Разные типы таких ситуаций педагог может воплотить в своей работе.

Неожиданная радость – это процесс, при котором ученик получает удовольствие от своей работы, когда он превосходит свой собственный результат.

Создать «неожиданную радость» можно на уроке, используя приемы:

1. «Дай шанс» – ребенку дается возможность неожиданно для себя раскрыть свои скрытые способности.

2. «Лестница» – ученик, с помощью учителя, имеет возможность подняться на определенный уровень знаний. Кроме того, у обучающегося появляется возможность как завоевать больше доверия к себе, так и получить доверие от своих одноклассников.

Общая радость заключается в том, что ученик получает тот коллективный отклик, который ему нужен. Соответственно, техники, которые можно использовать для создания ситуации успеха, вызывающей всеобщую радость, следующие:

– «Ролевой обмен» – позволяет выявить скрытый потенциал интеллектуальных и эмоциональных способностей учащихся. Девиз этой техники: чем ярче личность, тем будет ярче команда.

– «Следуйте за нами» – ученику, который потерял веру в себя, собственные силы, дают повод попробовать еще раз, осуществить свою деятельность вместе с кем-то или за кем-то, тем самым обучающийся открывает в себе новые силы.

Радость обучения возможна не только в тех ситуациях, когда ребенок получает что-то новое, но и тогда, когда он учится сам, развивает себя, познает свой собственный мир. В этом критерии важно обращать внимание на то, что радость обучения возможна только при общении.

Для того чтобы создать ситуацию «радость обучения», нужно воспользоваться следующими приемами:

– «Линия горизонта» – важно создать для ребенка условия, в которых он самостоятельно может что-либо исследовать и развиваться. Это могут быть различные проекты по окружающему миру, литературному чтению. Когда ученик начнет самостоятельную исследовательскую деятельность, он перестанет обращать внимание на мелкие ошибки, а будет стараться развиваться, выполнить всю работу.

– «Эврика» – от получения информации у ребенка должно возникнуть ощущение, что он изучает что-то новое, то, чего раньше никогда не знал. От такого процесса обучения у ребенка будет развиваться интерес к деятельности [3].

Включение развивающих игр в процесс обучения, создание успешных ситуаций делают учебный процесс интересным и увлекательным, создают рабочую атмосферу для детей и облегчают преодоление всех трудностей при изучении материала. Использование нестандартных форм обучения активизирует понимание у ребенка, способствует более качественному усвоению учебного материала, повышает интерес к теме и способствует формированию положительных эмоций. По этой причине, помимо традиционных форм, следует использовать в работе с детьми ролевые игры, конкурсы, соревнования, викторины, уроки-путешествия и другие формы, если это возможно.

Детям легче задавать вопросы о непонятных вещах, давать советы, рекомендации, требовать объяснений от своих сверстников. Поэтому учитель должен организовать работу во время урока так, чтобы одноклассник мог прийти на помощь в нужный период. Это поощряет командную работу.

Группы должны формироваться таким образом, чтобы возникал конфликт в социальном взаимодействии между детьми. Итак, если есть конфликты, то есть развитие, то есть качественные изменения. Каждый принимает участие в работе, вносит свой посильный вклад: сильный объясняет, слабый, конечно же, время от времени подтягивается.

В последние годы проектный метод стал стимулом для активной познавательной деятельности. Этот метод является эффективным инструментом для самостоятельной познавательной деятельности, только если темы проекта интересны детям, значимы на их социальном и личностном уровне, а также имеют разный уровень сложности в зависимости от возраста и уровня подготовки к работе [4].

Использование ИКТ-технологий в учебной и внеучебной деятельности школы представляется весьма естественным с точки зрения ребенка и является одним из самых эффективных средств повышения учебной мотивации и индивидуализации его деятельности, развития творческих способностей учеников.

По мере того, как наше общество становится все более сложным, учащимся становится все труднее понимать связь между школой и жизнью, и дети часто не могут хорошо адаптироваться в наше беспокойное время. А одним из условий успешной адаптации в обществе считается успешность в образовательной деятельности. Успех – это источник внутренней силы ребенка, появление энергии для преодоления всех трудностей, желания учиться. Успешный ребенок чувствует себя уверенно и удовлетворенно. Исходя из всего этого, можно сделать вывод, что успех в школе – это успех в жизни завтрашнего дня.

Библиографический список

1. Панова, Е.И. Взаимоотношения «учитель – ученик» / Е.И. Панова. – Москва: Педагогика, 2015. – 146 с. – Текст: непосредственный.
2. Рыбакова, М.М. Конфликт и взаимодействие в педагогическом процессе / М.М. Рыбакова. – Москва: Академия, 2015. – 142 с. – Текст: непосредственный.
3. Белкин, А.С. Ситуация успеха: как ее создать? / А.С. Белкин. – Москва: Просвещение, 2014. – 198 с. – Текст: непосредственный.
4. Коротаева, Е.В. Педагогические технологии. Вопросы теории и практики внедрения / Е.В. Коротаева. – Екатеринбург, 2016. – 155 с. – Текст: непосредственный.

УДК 373.3:81'374=161.1

Алла Алексеевна Морозова

канд. филол. наук, доцент ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Нина Степановна Палагина

канд. психол. наук, преподаватель кафедры специальных дисциплин

ВФ ФГКОУ ВО РЮИ МВД России;

Елена Вячеславовна Савина

обучающаяся 4-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

РАБОТА СО СЛОВАРЕМ НА УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРНОГО ЧТЕНИЯ КАК УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЫ

«Язык – это среда, в которой объединяются «Я» и мир», – так говорил немецкий философ Ханс Георг Гадамер. И действительно, язык позволяет нам общаться друг с другом, выражать мысли, чувства и волю для достижения взаимопонимания с окружающими нас людьми, «включаться» в жизнь.

Любой человек в течение жизни воспринимает и накапливает нужную информацию, и насколько правильно понята и использована будет эта информация, напрямую зависит от пути и формы ее представления учителем учащимся. Но качество и количество воспринимаемой информации прямо пропорционально используемым словесным средствам передачи информации.

Главным из таких средств является речь. Для свободного овладения устным и письменным дискурсом необходимо важное условие – богатство материала в этом дискурсе. Материал для устной и письменной речи состоит из множества слов и оборотов речи, которые необходимо уметь выстраивать в единое целое. Чтобы создать условия для реализации хорошего разговорного и письменного языка, необходимо знакомить учеников с богатством их родного языка и развивать их собственный лексический запас, учить правильно выражать свои мысли и понимать мысли других людей, ведь главное для любого образованного человека – правильно и свободно общаться [1].

Именно поэтому учителям необходимо уделять особое внимание на уроках русского языка и литературного чтения обогащению словарного запаса учеников, воспитанию их языковой грамотности. Делать это можно путем работы с различными видами словарей на уроках.

Работа со словарями на уроке должна быть правильно организована, поэтому каждый педагог должен знать и помнить основные принципы организации словарной работы на уроках русского языка и литературного чтения:

- полноценное формирование личности обучающегося и овладение им навыками, необходимыми для дальнейшей практической деятельности, напрямую зависит от успешного развития лексического запаса обучающегося;
- словарная работа на уроках позволяет объяснять новые слова, анализировать и уточнять их значение, знакомить с богатством родного языка и демонстрировать его особенности и стилистические способности;
- работа над значениями слов должна проводиться в зависимости от использования этих слов в современном русском языке, но нельзя забывать о необходимости рассмотрения слов как исторического компонента данного языка [2].

Знакомство со словарями начинается еще в первом классе на уроках азбуки и письма. Первым становится толковый словарь. Дети сталкиваются со словами, значения которых им не известны. Задача учителя – рассказать детям о толковом словаре, дать его понятие, вместе с учениками научиться им пользоваться. Обращаться к словарю необходимо каждый день.

После прохождения учениками букварного периода обучения грамоте и овладения необходимыми начальными навыками чтения можно начинать работу над лексическим уголком в классе «Мир слов».

Примерные рубрики:

- А вы это знали? (подбирается неизвестное слово, объясняется и иллюстрируется его значение).
- Моя семья (изображается «семейное древо» однокоренных слов).
- Мы это часто слышим (приводятся примеры употребления данного слова в речи).
- Говори правильно! (орфоэпическая характеристика слова).
- Это интересно! (конверты-кармашки с интересными фактами о данном слове).

После знакомства с новыми словарями можно добавлять или расширять словарные рубрики.

С орфографическим словарем знакомство происходит немного позже, когда все буквы уже изучены и пройдены. Первым таким словарем становится орфографический словарь учебника. Педагог вместе с учениками рассматривает данный словарь. Они определяют его значимость и правила пользования. Далее на уроках русского языка вводится ежедневная словарная работа [3].

Примерами упражнений могут стать задания типа «Супермаркет», когда ученики делятся на группы «продавцов» и «покупателей». «Продавцы» подбирают из словаря слова на заданную тему («Погода», «Птицы» и т. д.) и обозначают буквы, которые нужно вставить. «Покупатели», получая слова и пользуясь словарём, вставляет нужные буквы.

В первом классе также происходит знакомство детей со словарями синонимов, антонимов, многозначных слов и ударений. В следующих классах дети знакомятся со словарем фразеологизмов, этимологическим словарем, словарем омонимов, орфоэпическим словарем, словарем иностранных слов. Вместе с учениками создаются личные школьные словари.

Примерами упражнений могут стать задания:

«Справочное бюро»: ученики с помощью толкового словаря объясняют значения новых слов.

«Как правильно?»: ученикам необходимо определить правильную расстановку ударений в словах и произнести их.

«Расшифруй правильно»: обучающимся необходимо обращаясь к разным видам словарей, расшифровать загаданное слово или словосочетание. Для данной работы подходят ребусы и изображения с зашифрованными словами или словосочетаниями.

Учитель должен создать такие условия на уроке, чтобы ученики смогли осваивать словарный запас своего родного языка с начальной стадии обучения. Для этого необходимо создавать проблемные и поисковые ситуации, выходом из которых будет обращение к словарю, а также использовать возникшие спонтанно ситуации анализа неизвестных слов в учебниках или дополнительной литературе.

Работа со словарями в классе не должна ограничиваться заданиями во время занятий, а должна продолжаться дома. Домашняя работа способствует развитию самостоятельной исследовательской деятельности [4].

В качестве примера можно использовать следующее задание:

«Подготовьте небольшой рассказ о слове «азурит», обращаясь к разным видам словарей. Укажите значение этого слова, родственные слова, историю происхождения слова».

Дети очень заинтересованы в такой работе и проявляют огромное желание участвовать в такой деятельности. Такая работа позволяет ученикам узнавать назначение словарей, научиться находить в них нужное слово и работать со словарной статьей. Обучающиеся усваивают значения новых слов, оттенки смысла, эмоционально-выразительную окраску слов, область их использования, их многозначность и переносность значений, учатся использовать слова в языке, то есть у них формируются познавательные компетенции.

Результативность обучения зависит от способности учителя активировать и развивать образное мышление детей, их интересы, склонности, творческие возможности на разных этапах учебной деятельности, будь то урок литературы или русского языка. Работа со словарями положительно влияет на формирование всесторонне развитой личности.

Таким образом, чтобы достигнуть необходимого уровня познавательных компетенций учащихся начальных классов, недостаточно заданий из учебников. Ученики должны ознакомиться с различными типами словарей, научиться работать с ними и использовать их в своей образовательной деятельности.

Библиографический список:

1. Стрекозин, В.П. Актуальные проблемы начального обучения / В.П. Стрекозин. – Москва: Просвещение, 2016. – 207 с. – Текст: непосредственный.
2. Власенков, А.И. Развивающее обучение русскому языку / А.И. Власенков. – Москва: Просвещение, 2017. – 325 с. – Текст: непосредственный.
3. Воюшина, М.П. Методика обучения литературному чтению: учебник / М.П. Воюшина. – Москва: Академия, 2013. – 179 с. – Текст: непосредственный.
4. Сергеев, В.Н. Словари – наши друзья и помощники / В.Н. Сергеев. – Москва: Просвещение, 2014. – 144 с. – Текст: непосредственный.

Елена Сергеевна Назарова
обучающаяся 5-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТОЛЕРАНТНОСТИ У ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

При обращении к проблеме формирования толерантности у детей дошкольного возраста, возникает вопрос: когда необходимо начинать формировать чувство терпимости, какой возраст и этап развития человеческой личности большего всего подходит для этого. Для того, чтобы ответить на этот вопрос, следует обратиться к детской психологии.

Человеческое существо находится в постоянном контакте с членами общества. Это может быть семья, детский коллектив, воспитатели, педагоги, даже незнакомые люди.

Примерно до двух лет общение ребенка, в основном, происходит со взрослыми, но уже с двух лет его контакты с другими детьми увеличиваются, а к пяти годам контакты со сверстниками занимают уже большую часть.

Именно с увеличением контактов со сверстниками и связана интенсивность межличностных отношений, эта интенсивность влечет за собой необходимость формирования пространства толерантности. Личностные качества ребенка начинают регулировать взаимоотношения, а поступок отдельного человека становится важным объектом для оценки [1, с. 26].

Маленькие дети воспринимают своих ровесников как равное во всех отношениях существо. Они охотно подражают друг другу. Это создает предпосылки для совместной деятельности. Любое значимое для них общение находит эмоциональный отклик. Дети иногда просто не обращают внимание на особенности другого ребенка, редко замечают национальную или социальную принадлежность. Ощущение единства создают эмоции и совместные действия, в дальнейшем эти чувства могут стать базовым материалом для толерантности.

Возраст 3–7 лет – является «начальным периодом формирования личности», в течение которого «впервые создается набор основных свойств, определяющих статус ребенка в группе» [2, с. 26]. Одним из мотивов выбора детьми друг друга является наличие положительных личностных качеств.

В возрасте 4–6 лет развивается эмоциональная сфера. Дети начинают положительно воспринимать не только себя, но и проявлять симпатии к другим людям. Ребенок пяти лет может объяснить свои переживания и соотнести их с отдельными поступками. Важную роль в развитии эмоциональной сферы

принадлежит ролевым играм. «Игра – это такая деятельность, в которой воссоздаются социальные отношения между людьми вне условий непосредственно утилитарной деятельности» [1, с. 24].

Существуют факторы, от которых зависит признание ребенка в группе сверстников. К ним относятся: успехи в совместной или индивидуальной деятельности, поведенческие особенности, оценка деятельности ребенка взрослым.

Успех или неудача в деятельности влияет на поведение ребенка. Если ребенок общителен, у него многое получается, то он активен, у него наблюдается мотивация заниматься, он охотно помогает другим детям. Агрессия возникает, когда ребенка постигает неудача. Многие дети в этом случае становятся раздражительными, замыкаются в себе.

Раннее детство – период, когда закладываются высшие чувства. Для любого ребенка самыми лучшими людьми на свете являются его родители. В глазах детей родители – обладатели только положительных качеств. Дети всегда и во всем хотят быть похожими на них. Совместная творческая, образовательная, досуговая деятельность является самой большой радостью. Семейные разногласия и ссоры имеют негативное влияние. Кроме того, дети остро реагируют на конфликты с ровесниками. Они восприимчивы к любой несправедливости, появляются такие отрицательные чувства, как, например, ревность, жадность. Так, при рождении сиблинга ребенок может ощущать чувство тревоги, ревности. В будущем они могут сильно повлиять на отношения с сестрой и братом [3, с. 112].

В дошкольном возрасте возникают чувство гордости и чувство собственного достоинства. Не всегда подобные чувства можно отнести к положительным. Их превалирование может стать основой формирования такого негативного качества, как, например, эгоизм.

Эстетические чувства, такие как: чувство гармонии, чувство прекрасного и безобразного, чувство ритма играют важную роль в развитии личности дошкольника.

Все эти процессы, происходящие с детьми в 5–6 лет, свидетельствуют о глубокой перестройке отношений ребенка со сверстниками и с самим собой. Дошкольник идентифицирует себя, выделяет свои умения, отдельные качества, способности. Он оценивает их, сравнивая и анализируя поведение других людей, что приводит к проявлению интолерантности.

Безусловно, изменение межличностных отношений дошкольников являются своеобразным зеркалом качественных изменений в самосознании. У некоторых детей возникают трудности в общении. Воспитателю нужно об-

ращать внимание на проявление таких качеств, как обидчивость, демонстративность, агрессия, так как они являются первым проявлением интолерантности.

Толерантные отношения в группе дошкольников основаны, прежде всего, не на возвышении своих чувств, а на развитии внимания, сопереживания другому.

Конкуренция и грубая оценка должны быть искоренены в стратегии толерантного воспитания. Как показала практика, следовать этому принципу крайне тяжело, так как порицания и поощрения прочно вошли в процесс воспитания. Часто педагоги сравнивают воспитанников между собой, иногда выражают это словесно перед детьми и родителями. Это нередко способствует возникновению конфликтов и недоброжелательной обстановки в образовательном учреждении.

Следует обратить внимание на то, что необходимо избавить воспитанника от желания самоутверждаться за счет сверстников. Для этого нужно создать условия, в которых будут полностью проявляться способности ребенка. Ряд исследователей полагает, что необходимо отказаться от авторитарного стиля воспитания, так как в этом случае взрослый подавляет волю ребенка, не дает ему возможности раскрыться [4, с. 293].

В этом случае необходим отказ от авторитарного воспитания, которое преобладает на сегодняшний день. Конечно, нельзя отменить наказание за такие поступки, как причинение вреда здоровью другому человеку, жестокость, воровство. Толерантность выражается в стремлении человека достичь взаимопонимания с другими, координировать отношения с ними без унижения человеческого достоинства.

В современном обществе существует целая система социальных институтов, призванная формировать толерантность. Но так как терпимость не является врожденной характеристикой человека, ее необходимо воспитывать, поэтому образование – одна из основных составляющих этой системы. Уже в раннем возрасте необходимо формировать убеждение в том, что договориться, достичь компромисса лучше, чем насильно заставить что-либо делать. Необходимо культивировать мысль о том, что нужно учиться решать конфликт с помощью переговоров. Чем больше способов разрешения противоречий знает человек, тем более он способен к позитивному взаимодействию. Толерантность, сформированная еще в дошкольный период, позволит снизить градус напряженности в современном обществе, уменьшит проявление агрессии и нетерпимости.

Подводя итог хочется отметить, что формирование толерантности в современной системе образования необходимо на каждом уровне. Важную роль в воспитании чувства терпимости играет педагог. Педагог, не обладающий

чувством сопереживания и терпимости просто не способен воспитать ученика, сострадающего и принимающего индивидуальные особенности другого человека. Важным условием является и поддержка родителей.

Библиографический список

1. Реан, А.А. Психология человека от рождения до смерти: учеб. пособие / А.А. Реан, В.Г. Смирнова, Д.В. Гнатюк; под общ. ред. А.А. Реана. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – Санкт-Петербург: Прайм, 2016. – 231 с. – Текст: непосредственный.
2. Выготский, Л.С. Педагогическая психология / Л.С. Выготский. – Москва: Наука, 2006. – 364 с. – Текст: непосредственный.
3. Дружинин, В.Н. Варианты жизни. Очерки экзистенциальной психологии / В.Н. Дружинин. – Санкт-Петербург: СПбГУ, 2015. – 166 с. – Текст: непосредственный.
4. Усова, И.В. Реализация патриотического воспитания школьников в рамках деятельности краеведческого музея / И.В. Усова // Краеведческий музей: история, коллекции, люди (к 150-летию Кировского областного краеведческого музея): Всероссийская научно-практическая конференция, 21-22 апреля 2016: сборник статей и материалов. Т. 1. – Киров: О-Краткое, 2016. – С. 290–294. – Текст: непосредственный.

УДК 796.386:617.75

Надежда Витальевна Паклина
обучающаяся 2-го курса ИТ (филиала) в г. Волгодонске, Россия

ЗАНЯТИЯ НАСТОЛЬНЫМ ТЕННИСОМ КАК СРЕДСТВО ПРОФИЛАКТИКИ МИОПИИ

Миопия – распространенное глазное заболевание. По данным Всемирной организации здравоохранения, от нее страдает множество людей – до 30 % всего населения планеты. При этом пик прогрессирования заболевания приходится на взрослеющих детей.

Близорукость – это дефект зрения, при котором изображение формируется не на сетчатке глаза, а перед ней из-за изменения круглой формы глаза на овальную. Причиной являются физические, психические, зрительные перенапряжения, отдельные травмы. У некоторых людей напрягаются поперечные мышцы, которые сжимают глаз, и он вытягивается вперед, а назад эти мышцы не расслабляются. Такие люди, с вытянутыми вперед глазами, страдают миопией: предметы, которые находятся вдали, близорукие люди видят расплывчатыми. При этом сетчатка разрезается и растягивается из-за постоянно вытянутой формы глазного яблока. Таким людям запрещено заниматься теми

видами спорта, где нужно прыгать, бегать (вызывают сотрясения), и где есть возможностью получить черепно-мозговую травму (борьба, тяжелая атлетика), в связи с высоким риском отслоения сетчатки. В то же время многие другие виды спорта являются основным методом профилактики и лечения миопии [1].

Известно, что длительная зрительная работа на близких расстояниях, например, шитье, вязание, продолжительное чтение или просмотр на экран монитора без перерывов на отдых, неправильная организация рабочего места и его недостаточная освещенность, нарушение температурного режима и т. д. приводят к ухудшению зрения. Если не принимать должных мер, если не научиться привычке правильно смотреть на мир, то близорукость прогрессирует, что приведет к серьезным проблемам и значительной потере зрения, а в потенциале – к частичной или полной утрате трудоспособности.

Если вовсе ограничить физическую активность у людей, страдающих миопией, то наблюдается ухудшение кровоснабжения органов, в том числе глаз, что приводит к ухудшению способности к аккомодации, т. е. способности глаз ясно видеть предметы, находящиеся на разных расстояниях, благодаря наведению резкости и четкости изображения. Уменьшение общей физической активности, малоподвижный образ жизни в сочетании с продолжительными зрительными нагрузками, способствует развитию и прогрессированию близорукости.

Всем людям, и желательно начинать со школьного или студенческого возраста, со слабой степенью миопии полезны спортивные игры, в ходе которых происходит постоянное переключение зрения то на близкое, то на далекое расстояние. Такие виды спорта, как волейбол, баскетбол или настольный теннис, благоприятно сказываются на аккомодационной способности глаз и тренируют глазные мышцы. В целом занятия настольным теннисом дают динамическую нагрузку и поперечным, и продольным мышцам глаза, что улучшает их функциональное состояние [2].

Также занятие настольным теннисом не только укрепляет и держит в тонусе общее состояние организма, но и способствует улучшению сердечно-сосудистой и дыхательной систем, укреплению мышечного аппарата.

Настольный теннис является естественной гимнастикой для глаз. Он полезен и близоруким, и дальновзорким, а также людям, перенесшим операцию (только следует помнить, что заниматься восстановлением зрения, в том числе посредством игры в настольный теннис, нужно только спустя год после проведения любой операции на глаза). Именно в настольном теннисе необходимо постоянно следить взглядом за направлением полета мяча, реагировать на мяч, перемещаться по площадке, чтобы вернуть его сопернику. Следовательно, выполняются упражнения на рассмотрение теннисного мяча

на разном расстоянии: перевод взгляда с близко расположенного предмета на удаленный, справа налево и наоборот, вверх и вниз. Глаза постоянно находятся в движении [3].

В 2016 г. был проведен эксперимент: настольным теннисом в спортклубе занимались 15 детей с миопией до -3 диоптрий. С помощью нового подхода к тренировкам желали подтвердить наличие лечебного эффекта от занятий. Все 15 детей в возрасте от 7 до 10 лет с остротой зрения от 0,3 до 0,8 один раз в три месяца наблюдались на занятиях, где проводили определение остроты зрения у спортсмена каждые 10 минут по специальной таблице в течение всей тренировки.

В результате оказалось, что уже через 20 минут занятий острота зрения повышалась у большинства спортсменов на 0,1–0,2 диоптрий и сохранялась в течение всей тренировки. Также было выявлено, что если во время тренировки освещение было недостаточным, то зрение понижалось у всех наблюдаемых на 0,1–0,2 диоптрий. Это подтверждает тот факт, что организация рабочего пространства и его освещенности несомненно важна [4].

Наблюдение показало, что занятие настольным теннисом неэффективно для людей с миопией, вызванной осложнением после черепно-мозговой травмы, и для тех людей, которые играли в настольный теннис и перетруждали себя другими видами занятий (плаванием, уроками и прочим), т. е. как вследствие чрезмерной нагрузки для испытуемого, так и нерегулярности занятий настольным теннисом из-за дефицита времени.

Работая над восстановлением своего зрения, человеку нужно помнить, что более быстрый лечебный эффект от занятий настольным теннисом достигается при употреблении черники, витамина А, поливитаминных комплексов и препаратов, повышающих остроту зрения.

Таким образом, очевидна прямая связь между физической активностью и состоянием зрительного анализатора. Работа в этом направлении востребована, о чем свидетельствует увеличивающееся количество желающих заниматься настольным теннисом и обращений со стороны родителей, дети которых имеют те или иные отклонения в области зрения.

Библиографический список

1. Александрова, Л.А. Развитие фитнес-услуг для людей с ограниченными возможностями / Л.А. Александрова, В.А. Добридникова // Научный потенциал высшей школы – будущему России: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Волгодонск, 27 апреля 2018 г. – Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2018. – С. 159–163. – Текст: непосредственный.

2. Четвериков, С.В. Современный спорт: проблемы и решения // С.В. Четвериков, В.Д. Солдатов // Научный потенциал высшей школы – будущему

России: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Волгодонск, 28 апреля 2017 г. – Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2017. – С. 256-261. – Текст: непосредственный.

3. Гаева, Г.И. Руководство по профилактической медицине / Г.И. Гаева, И.В. Левандовский, А.И. Спирина. – Москва: Новая Слобода, 2019. – 160 с. – Текст: непосредственный.

4. Епифанцева, В.А. Медицинская реабилитация / В.А. Епифанова. – Москва: Медпресс-информ, 2018. – 143 с. – Текст: непосредственный.

УДК 371.3:373.3

Екатерина Викторовна Спиридонова
обучающаяся 5-го курса ИТ (филиала) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

АКТИВНЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕДАГОГА НАЧАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Современная педагогика испытывает острую потребность в технологиях и методах, способных обеспечить развитие и обучение, соответствующие современным вызовам и ожиданиям общества. Особую роль в решении обозначенной проблемы отводят активным методам обучения.

Активные методы обучения обуславливают продуктивный, творческий и исследовательский характер деятельности ученика. Активные методы обучения включают дидактические игры, анализ конкретных ситуаций, решение проблем, алгоритмическое обучение, мозговой штурм и другое.

Термин «активные методы обучения» или «методы активного обучения» (АМО или МАО) появился в литературе в начале 60-х гг. XX в. Он характеризовал особую группу методов, применяемых в системе социально-психологического тренинга и основанных на использовании определенного количества социально-психологических эффектов и явлений (групповой эффект, эффект присутствия и другие). Однако активными являются не методы, а обучение. Оно перестает носить репродуктивный характер и превращается в произвольную деятельность, определяемую учениками внутри себя, для развития и трансформации собственного опыта и компетенции.

Идеи улучшения обучения высказывались учеными на протяжении всего периода создания и развития педагогики задолго до того, как она была оформлена в самостоятельную научную дисциплину. Основоположниками идей активации являются выдающиеся педагоги Я.А. Коменский, Ж.-Ж. Руссо, И.Г. Песталоцци, К.Д. Ушинский и другие. Среди отечественных ученых – психологи Б.Г. Ананьев, Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, Б.Ф. Ломов, С.Л. Рубинштейн и другие.

Появление активных методов обучения связано с готовностью учителей повысить познавательную активность учащихся или способствовать ее совершенствованию. При использовании активных методов обучения роль ученика меняется – вместо послушного запоминающего «устройства» он становится активным участником учебного процесса. Эта новая роль и ее характерные свойства фактически позволяют сформировать активную личность, которая обладает всеми необходимыми навыками и качествами современного успешного человека [1, с. 165].

Важным является то, что обучение в системе использования активных методов не представляет исключительную обязанность и право педагога/ученика. Обучение является результатом взаимной активности группы учеников (участников АМО). Только в группе появляются эффекты стимулирования, эффекты соревнования и поддержки. Участники сочувствуют успехам и неудачам друг друга, анализируют и оценивают деятельность партнеров, делятся с ними своим опытом и попеременно выступают в роли обучаемых и обучающих [2, с. 149].

Все методы активного обучения имеют свои отличительные особенности и признаки. Специалисты выделяют следующие:

1) проблемность – заключается в умении создать для ученика проблемную ситуацию, для решения которой ему недостаточно имеющихся знаний, и ему необходимо самостоятельно сформировать новые знания, следуя подсказкам учителя вместе с участием других слушателей, основываясь на имеющихся знаниях, логике и здравом смысле;

2) адекватность учебно-познавательной деятельности и функции обучаемого, при реализации которой осуществляется формирование эмоционально-личностного восприятия младших школьников;

3) взаимообучение – является стержнем разнообразных форм проведения уроков с применением АМО, таких как коллективная деятельность и дискуссионная форма обсуждения;

4) индивидуализация, требующая организации учебно-познавательной деятельности с учётом личных способностей и возможностей ученика;

5) формирование первоначальных навыков, которые необходимы для успешного самообразования – умения анализировать, обобщать, творчески мыслить;

6) мотивация, включающая в себя профессиональный интерес, творческий характер учебно-познавательной деятельности, соревнование, проведение уроков в игровой форме, эмоциональную вовлеченность [3, с. 158].

Таким образом, понятие «активные методы обучения» является своего рода общим термином для конкретных групповых методов обучения, которые были широко распространены во второй половине XX в. Они дополняют тра-

диционные методы, особенно пояснительно-иллюстративные методы обучения, путем преобразования отношения учащихся из пассивного потребления в активное преобразование и меняются в зависимости от социально-психологических явлений, возникающих в малых группах [2, с. 102]. Существует огромное количество АМО, тем не менее их подразделяют на две большие группы: индивидуальные и групповые. Групповые методы применяют к группе учащихся, а индивидуальные методы непосредственно к одному ученику, который осуществляет работу вне зависимости от других детей [3, с. 212].

В рамках исследования нами была проведена экспериментальная работа по внедрению АМО в учебный процесс в 3-м классе СОШ, которая основывалась на использовании таких приемов и дидактических подходов, которые носят игровой характер, пробуждают познавательный интерес младших школьников и требуют слаженной работы в группе. В ходе эксперимента все уроки русского языка были проведены с использованием методов активного обучения, в частности с применением приёмов «Лингвистическая сказка», «Карусель», «Дерево решений», «Броуновское движение», «Помощь другу». К примеру, «Броуновское движение» предполагает передвижение учащихся по классной комнате для поиска информации по предложенной теме: первая группа находила карточки с глаголами неопределенной формы, вторая – с глаголами прошедшего времени, а третья – с глаголами настоящего и будущего. Карточки со словами были расположены на столах, стульях, подоконниках, а для большего интереса использовались и другие части речи. Не менее интересным для учащихся оказался метод работы на уроке под названием «Дерево решений». Суть метода заключается в разделении учащихся на 3-4 группы с равным количеством детей. Участники группы обсуждают вопрос и делают записи на «дереве» (лист ватмана), после группы меняются местами и дописывают на «дерево» соседней группы свои мысли и идеи. Данный метод использовался на первом этапе урока при изучении тем «Неопределенная форма глагола» и «Спряжение глагола».

Система активного обучения охватывает методы, которые помогают стимулировать познавательный интерес учащихся, вовлекают каждого ребенка в мыслительную и поведенческую активность, обучают умениям анализировать, рассуждать, планировать. Результаты констатирующего и контрольного этапов эксперимента позволили подтвердить выдвинутую нами гипотезу о том, что использование активных методов обучения стимулирует познавательный интерес школьников, активизирует их лингвистические способности и повышает успешность обучения. «Словесный тест» на констатирующем и контрольном этапе эксперимента зафиксировал результаты, представленные в таблице.

Результат эксперимента

Констатирующий этап	Контрольный этап
9 человек – на 20 %	12 человек – на 100 %
12 человек – на 6 %	7 человек – на 65 %
1 человек – на 4 %	3 человека – на 55 %

Таким образом, доказывается продуктивность использования активных методов обучения. Их правильное применение существенно повышает познавательный интерес на уроках русского языка, создает напряженную поисковую атмосферу, формирует эмоциональный настрой как у педагога, так и у учеников, способствует продуктивной мыслительной и практической деятельности учащихся в процессе овладения учебным материалом.

Библиографический список

1. Логинова, А.А. Духовно-нравственное развитие и воспитание учащихся. Мониторинг результатов. 3 класс / А.А. Логинова, А.Я. Данилюк. – Москва: Просвещение, 2013. – 145 с. – Текст: непосредственный.
2. Мухина, В.С. Возрастная психология / В.С. Мухина. – Москва, 1998. – 87 с. – Текст: непосредственный.
3. Орлов, А.А. Введение в педагогическую деятельность: учебно-методическое пособие / А.А. Орлов. – Москва: Академия, 2004. – 281 с. – Текст: непосредственный.

УДК 373.2:37.035.6

Ирина Викторовна Усова

канд. филол. наук, доцент ИТ (филиал) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия;

Татьяна Сергеевна Назарова

обучающаяся 5-го курса ИТ (филиал) ДГТУ в г. Волгодонске, Россия

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Сегодня одним из условий стабильного развития общества является проблема воспитания индивида, знающего и ценящего национальную культуру, переживающего за историческую судьбу своей Родины, способного противостоять внешним агрессивным вызовам.

Дошкольное детство является самым важным периодом в формировании личности человека. Именно в этот период закладываются нравственные основы гражданских качеств, формируется отношение ребенка к окружающей его среде.

До семи лет чувства доминируют над всеми сторонами жизни: ребенок переживает то, что с ним происходит и что он делает, он определенным образом относится к тому, что его окружает. Сферу эмоций и чувств составляют как раз эти переживания.

Чувство патриотизма является многогранным понятием по своему содержанию и структуре. Оно включает в себя ответственность, желание и способность трудиться на благо Отечества, сохранять и приумножать богатство Родины, целая гамма эстетических чувств и другое. Дошкольное детство – колыбель этих чувств [1, с. 54].

К особенностям патриотического воспитания детей старшего дошкольного возраста можно отнести следующие:

- формирование интереса к истории своей семьи и малой родины;
- формирование интереса к культуре своего народа;
- формирование национального характера;
- совместная деятельность взрослых и детей, основанная на эмоциональном взаимодействии;
- выражение своих эмоций по отношению к окружающей природе, формирование экологии отношения к природным богатствам, способность наблюдать за природой и реагировать на изменения в ней (как положительный, так и отрицательные);
- создание педагогических условий.

Традиционно под педагогическими условиями понимается вся совокупность форм, методов, содержания, приемов педагогического процесса, главная цель которых – решение поставленных исследовательских задач.

Для повышения патриотической воспитанности детей старшего дошкольного возраста путем ознакомления с природой родного края особую важность приобретает соблюдение следующих педагогических условий:

- 1) повышение родительской компетенции в вопросе патриотического воспитания;
- 2) изучение природного и растительного мира родного края.

Родители являются главными участниками всего педагогического процесса. Поэтому для педагогической науки вопрос о компетентности родителей вызывает определенный интерес. Некоторые исследователи считают, что педагогическая компетентность родителей – общекультурное понятие. Е.В. Бондаревская говорит о том, что «родительская компетентность есть нечто другое, как понятие, которое всего лишь часть педагогической культуры» [2, с. 87].

В.П. Дуброва подчеркивает, что компетенция родителей – «единство теоретической и практической готовности родителей к осуществлению педагогической деятельности, способность понять потребности детей и создать условия для их удовлетворения» [3, с. 64].

В соответствии с Федеральным законом «Об образовании» родители (законные представители) несовершеннолетних обучающихся имеют преимущественное право на обучение и воспитание детей перед всеми другими лицами. Они обязаны заложить основы физического, нравственного и интеллектуального развития личности ребенка.

Естественно, что родители играют главную роль в воспитании моральных, гражданских, этических и патриотических чувств.

Основой повышения компетентности родителей является активное их взаимодействие с педагогическим коллективом. К формам такого взаимодействия можно отнести следующее:

- вовлечение родителей в процесс обучения и воспитания;
- посещение родителями занятий;
- приобщение к участию в мероприятиях, проводимых на базе образовательного учреждения;
- информационная работа с родителями по вопросам обучения, воспитания, психологии;
- совместная деятельность;
- проявление толерантности.

В целях повышения педагогической компетентности родителей Т.А. Фалькович и С.Ю. Прохорова предлагают нетрадиционные виды родительских собраний [2, с. 24]:

1. Педагогические лаборатории. Цель – обсуждение мероприятий, подведение итогов.

2. Читательская конференция. Цель – самостоятельное изучение темы с последующими комментариями или выводами.

3. Семинар-практикум. Цель – совместное моделирование педагогической ситуации, чаще всего проблемной. К подобному виду собрания привлекаются и другие члены педагогического коллектива: психолог, логопед, другие специалисты по необходимости.

4. Душевный разговор. Цель – обсуждение с родителями общих для какого-либо круга детей проблем (агрессивность, замкнутость, проблемы в общении).

5. Мастер-класс. Цель – поделиться опытом, продемонстрировать достижения и успехи в воспитании.

6. Ток-шоу. Цель – всестороннее обсуждение педагогической проблемы, по необходимости могут приглашаться разные специалисты.

К методам работы с родителями в рамках воспитания патриотизма можно отнести не только родительские собрания, но и консультации, проектную деятельность, организацию праздников.

Вторым педагогическим условием является изучение природного и растительного мира родного края.

Как отмечает И.В. Усова, природа является важным фактором формирования патриотизма. Ребенок постоянно окружен природой, знакомится с ней еще в раннем детстве. Он чувствует себя частью природы. В старшем дошкольном возрасте дети начинают осознать, что они могут созидать, это чувство формирует у них самооценку, ответственность [4, с. 291].

Природа способна обогащать детский ум разнообразными сведениями. Дети любят наблюдать за птицами и животными, любят делать поделки из природного материала.

С юного возраста в сознании ребенка закрепляются родные образы: Дон-батюшка, Волга-матушка, белая береза. Поэтому правомерно вести разговор о воспитании любви к Родине через знакомство с родной природой.

Знакомство с родным краем начинается со знакомства с картой Российской Федерации. В этом случае у детей есть возможность увидеть, как велика наша Родина, сколько озер и рек находится на ее территории.

Говоря о Ростовской области, следует отметить, что она занимает обширную территорию на юге нашей страны. Главная река – Дон (длина 2000 км). В области имеются три крупных водохранилища – Веселовское, Пролетарское и Цимлянское. Преобладают степи. Животный мир области разнообразен: козули, сайгаки, кабаны, зайцы, лисицы, енотовидные собаки, орлы, журавли, фазаны, жаворонки, утки, филин, курганник. На территории области обитают змеи: ужи, гадюки, песчаный удавчик, полоз. Область богата пресноводной рыбой: тарань, судак, щука, окунь, чехонь, толстолобик, сазан. Интересен и уникален растительный мир: вероника, тюльпан, дуб, клен, ясень, осина.

Уникальность природы Донского края воспеты многими писателями. Самым известным по праву считается М.А. Шолохов. На занятиях дошкольникам можно зачитывать сцены описания донской природы, взятые из произведений автора.

Подводя итог, следует заметить, что дошкольному образовательному учреждению в своей работе необходимо создавать определенные педагогические условия, способствующие воспитанию патриотизма. К таким условиям можно отнести повышение родительской компетенции в данной области и изучение природы родного края.

Библиографический список

1. Ветохина, А.Я. Нравственно-патриотическое воспитание детей дошкольного возраста / А.Я. Ветохина. – Москва: Детство-Пресс, 2016. – 129 с. – Текст: непосредственный.
2. Давыдова, О.И. Работа с родителями в детском саду: этнопедагогический подход / О.И. Давыдова, Л.Г. Богославец, А.А. Майер. – Москва: Сфера, 2019. – 144 с. – Текст: непосредственный.
3. Занятия по патриотическому воспитанию в детском саду: пособие для педагогов / под ред. Л.А. Кондрыкинской. – Москва: Сфера, 2016. – 160 с. – Текст: непосредственный.

4. Усова, И.В. Реализация патриотического воспитания школьников в рамках деятельности краеведческого музея / И.В. Усова // Краеведческий музей: история, коллекции, люди (к 150-летию Кировского областного краеведческого музея): Всероссийская научно-практическая конференция, 21-22 апреля 2016: сборник статей и материалов. Т. 1. – Киров: О-Краткое, 2016. – С. 290–294. – Текст: непосредственный.

УДК 796.011.1

Сергей Викторович Четвериков

ст. преподаватель ИТ (филиала) в г. Волгодонске, Россия;

Надежда Витальевна Паклина

обучающаяся 2-го курса ИТ (филиала) в г. Волгодонске, Россия

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ ЗДОРОВОГО СТИЛЯ ЖИЗНИ СТУДЕНТА

Здоровый образ жизни – это образ жизни человека, направленный на профилактику болезней и укрепление здоровья. Для этого недостаточно избавиться от вредных привычек, необходимо укреплять свое здоровье, добавить в свою рутину навыки, способствующие улучшению физического и эмоционального состояния.

В настоящее время произошел рост умственного труда, наблюдается информационная булимия, что ведет к снижению двигательной активности. Поэтому так важна сама необходимость в формировании у студентов здорового стиля жизни, при этом каждый человек должен продумать личную мотивацию к достижению отличного здоровья, а не исходить из того, что это требуют извне.

Известно, что режим труда и отдыха заключается в чередовании физического и умственного напряжения с периодами полного расслабления. Сон 8-ми часовой, вставать по утрам и ложиться по вечерам в одно и то же время даже в выходные дни.

Помимо этого – здоровое питание. Желателен индивидуальный режим питания, составленный врачом-диетологом исходя из физического состояния организма студента на данный момент. Но в нашем обществе не принято обращаться к специалистам по вопросу питания до того периода, пока врачебная помощь будет необходима.

Что желательно применить условно здоровому человеку?

– Ограничить животные жиры и заменить их на полезные нерафинированные растительные жиры, например, на масло конопли, чиа, льна, содержащих Омега-3 жиры. А для приготовления пищи и ее термической обработки желательно использовать масло гхи.

– Существенное ограничение животной белковой пищи рекомендуется для тех, кто ведет малоподвижный образ жизни, и уже взрослому, не растущему организму. Желательно заменить мясо свинины-говядины-кур на морскую красную дикуую рыбу.

– Повысить употребление растительных продуктов – свежих или приготовленных овощей, фруктов.

– Исключить «не еду»: белый сахар, хлебо-булки, газировки, фаст-фуд, чипсы, сухарики, консервы, копчености, макароны.

– Исключить алкоголь, ограничить кофе. Крепкий чай заменить на травяной.

– Следить за количеством выпитой воды. Индивидуальный питьевой режим – это 30 мл на 1 кг веса простой воды.

– Соблюдать режим питания. Плотный прием пищи должен приходиться на 11 часов, легкий ужин не позднее 18 часов [1].

Особое внимание необходимо уделить физической активности. Студенту может быть трудно уделить время на занятие спортом, но в этом случае возможно соблюдать режим ходьбы – в среднем это 10 тысяч шагов в день (примерно 2 часа прогулки). Для точного расчета можно воспользоваться современными устройствами – шагомерами.

Желательно находить время для занятий физическими упражнениями хотя бы 30 минут в день. Каждый студент по своим возможностям вправе сам выбрать тот вид физической активности, который ему больше импонирует, например:

- занятия в тренажерном зале;
- спортивная ходьба или бег;
- занятия в бассейне или велосипедные прогулки;
- домашние занятия гимнастикой, растяжкой, йогой [2].

Помимо вышеназванных мероприятий, возможно укрепить организм с помощью суперфудов, например, шрота из льна, спирулины, хлореллы. Усилить иммунную систему студента можно с помощью закаливающих процедур. Начинать стоит с контрастного душа ног, постепенно с каждым днем передвигаясь к верхней части тела: для новичка перепад температур должен быть минимальный. К осени закаливание должно стать каждодневной привычкой, т. е. начинать закаливаться надо в теплое время года, чтобы быть готовым пережить зиму.

Особенно студентам нужно помнить о своем состоянии психики и нервной системы. Стресс не от работы и напряженной учебы, а от отношения обучающегося к работе и учебе. Чем раньше человек научится жить и правильно реагировать на происходящее в его жизни, тем здоровее и спокойнее будет себя чувствовать. Для этого можно практиковать медитацию – простую концентрацию своего внимания на чем угодно – на ощущениях в теле (даже если

они болезненные), на дыхании (ведь оно всегда с нами – к тому же, дыхательные техники способны в критические моменты успокоить сознание), на том, что происходит вовне.

Таким образом, сконструировав модель формирования индивидуального здорового стиля жизни студента средствами физической культуры, считаем, что данные мероприятия повысят иммунитет молодого организма, который будет менее восприимчив к различным заболеваниям, что, безусловно, сделает его учебу и дальнейшую трудовую деятельность более успешной и результативной.

Библиографический список

1. Абаскалова, Н.П. Системный подход в формировании здорового образа жизни субъектов образовательного процесса «школа – вуз» / Н.П. Абаскалова. – Новосибирск: НГПУ, 2018. – 316 с. – Текст: непосредственный.

2. Четвериков, С.В. Физическая культура и ее значение в формировании здорового образа жизни и повышения долголетия человека / С.В. Четвериков, В.П. Головки // Научный потенциал высшей школы – будущему России: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Волгодонск, 29 апреля 2016 г. – Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2016. – С. 241–245. – Текст: непосредственный.

Научное издание

НАУЧНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ – БУДУЩЕМУ РОССИИ

Материалы Международной научно-практической конференции
(Волгодонск, 24 апреля 2020 г.)

Редактор Г.В. Владимирова
Компьютерная обработка: О.И. Пушкина

В печать 05.08.2020.

Формат 60×84/16. Объем 12,6 усл. п. л.

Тираж 100 экз. Заказ № 157. Цена свободная

Издательский центр ДГТУ

Адрес университета и полиграфического предприятия:

344000, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1