

«

..

»



*VIII*

-

«

»

*II*

50-

24

2020

-  
2020

«

. . .

»

«

»

II

*VIII*

-

378.18  
65.9(2 - 4 )  
261

— . . . . ,  
:  
. . . . .  
. . . . .  
. . . . .  
. . . . .  
. . . . .  
— . . . . .

**261**

2. — - :  
236 .

VIII  
2020. —

24 2020

VIII -  
« »,

**378.18**  
**65.9(2 - 4 )**

## **ГЛАВА 4. «СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»**

УДК334.722:63

### **ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЖИВОТНОВОДЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ**

*Аутлев Сальбий Юрьевич, магистрант  
Соколова Алла Павловна, канд. экон. наук, доцент  
ФГБОУ ВО Кубанский ГАУ имени И. Т. Трубилина, г. Краснодар*

**Аннотация:** Рассмотрены вопросы активизации инновационно-инвестиционной деятельности аграрных предприятий, выделены наиболее актуальные направления инвестирования, представлены результаты внедрения проекта диверсификации деятельности предприятия на основе использования инновационных технологий.

**Ключевые слова:** инвестиции, аграрный бизнес, инновационные технологии.

Для экономики России вопрос активизации инвестиционных процессов, повышения их эффективности является ключевым. Развитие хозяйственной деятельности как отдельных предприятий, отраслей, так и хозяйственного комплекса страны требует наращивания финансовых вложений. Причем это не просто финансирование, направленное на увеличение производственного потенциала, это вложение денег в качественный рост материально-технической базы, производственных и инфраструктурных процессов, инновационного развития [2].

В первую очередь следует наращивать производственный потенциал тех отраслей, функционирование которых является наиболее значимым для экономики России, позволяет обеспечить ее поступательное развитие, увеличить присутствие в мировом экономическом пространстве. При этом продукция отрасли имеет решающее значение для решения социальных задач. Одной из таких отраслей является сельское хозяйство, развитие которого не только решает проблему продовольственной безопасности страны, но и служит для удовлетворения потребности в качественном и здоровом питании россиян.

Для аграрных предприятий наиболее привлекательными направлениями инвестирования является:

- 1) обновление изношенной материально-технической базы;
- 2) развитие инфраструктуры, позволяющей снизить зависимость от

других участников рыночной системы;

3) создание собственных подразделений по переработке продукции, ее хранению, логистической структуры и коммуникационной сети.

Выбор направления инновационного развития определяется стратегией развития предприятия, состоянием его производственного потенциала, финансовыми возможностями, наличием квалифицированного персонала.

Нами проведена оценка инновационно-инвестиционной деятельностью ПЗ УОХ «Краснодарское» КГАУ г. Краснодара. Основным видом деятельности предприятия является молочное скотоводство. Удельный вес молока в структуре товарной продукции составляет около 60 %. Уровень развития животноводства на предприятии достаточно высок, достигнутые показатели значительно превышают среднекраевой уровень и позволили занять учхозу в 2017-2018 годах 3-е место среди животноводческих хозяйств Краснодарского края. Так, например, удой на 1 корову составляет почти 12 т, в то время как среднекраевой показатель – 6,5 тонн. Однако экономические показатели деятельности предприятия находятся на недостаточно высоком уровне. Прибыль от реализации молока сократилась за три года более чем в половину – с 46 млн руб. до 19 млн руб. Его рентабельность составила всего 8 % [1].

Анализ деятельности предприятия позволил выделить ключевые проблемы, тормозящие рост экономических показателей и создающих угрозу устойчивого развития предприятия. Значительное влияние на результаты его деятельности оказывает зависимость от других участников рыночной среды. Снижение цен реализации продукции является сигналом наличия угрозы эффективного развития предприятия и определяет необходимость диверсификации производства на основе использования инноваций. Проведя сегментацию рынка, определив потребительские предпочтения с учетом многих факторов, мы считаем целесообразным производство пакетированного ультрапастеризованного молока.

Предполагается использовать оборудование TetraLactensoAseptic с использованием инновационной технологии OneStep. Технология объединяет в себе тепловую обработку, сепарацию и нормализацию, что значительно упрощает и ускоряет процесс производства и позволяет снизить операционные затраты до 50 %. Весь процесс в целом гораздо эффективнее, чем традиционные решения. Он позволяет значительно снизить эксплуатационные расходы и сократить воздействие на окружающую среду. Оптимизированный производственный процесс позволяет снизить потери продукта на 33 % по сравнению с традиционными системами высокотемпературной обработки молока [3].

Предполагается упаковывать молоко в упаковку EcoleanAir с инновационным закрывающим устройством SnapQuick, которая производится группой компаний Ecolean. Упаковка EcoleanAir отличается необычной и

привлекательной формой, многослойная структура обеспечивает надежную защиту для содержимого. Материал из восьми слоев эффективно защищает продукты от света и кислорода. Упаковка EcoleanAir – новое, привлекающее внимание, экологичное решение, дающее уникальную возможность выделить продукт на полках магазинов [3].

Нами разработан проект производства пакетированного ультрапастеризованного молока. Общий размер затрат на реализацию проекта составляет 17 187 тыс. руб. Уровень ежегодной дополнительной прибыли, полученной в результате реализации проекта, –11 млн рублей.

Нами проведена оценка экономической эффективности проекта. Дисконтированный период окупаемости проекта составляет 43 месяца, индекс прибыльности – 1,6. Размер дисконтированного дохода, полученного в результате реализации проекта при ставке дисконтирования 12 % за шесть лет его использования составляет 9247 тыс. руб. Внутренняя норма доходности проекта значительно превышает ставку дисконта и составляет 39 %. Полученные результаты убедительно свидетельствуют о достаточно высоких результатах проекта и возможности его реализации.

#### **Список литературы:**

1. Литвиненко Г. Н. Материальное стимулирование труда работников сельского хозяйства / Г. Н. Литвиненко, А. П. Соколова, А. В. Карманова, Н. Д. Карманова // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ). –Краснодар: КубГАУ, 2017. - №10(134). – С. 801-811.

2. Соколова А. П. Инвестиционная деятельность в АПК: новые возможности и решения / А. П. Соколова, В. Е. Гориславская. КАНТ. – 2014. - № 4(13). – С.25-31.

3. Соколова А. П. Использование современных технологий в АПК как фактор повышения эффективности отрасли / А. П. Соколова, Л. Ю. Богинович, Е. А. Кабанник // Экономика и предпринимательство. № 11 (88), 2017. – С. 907-911.

УДК 338.45.69

### **ЗНАЧЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЛИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ**

*Безуглая Екатерина Дмитриевна, студент-магистрант  
Тюпаков Константин Эдуардович, д.э.н, профессор  
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный*

**Аннотация:** на сегодняшний день контроллинг является важнейшим элементом современного менеджмента, это один из наиболее действенных методов эффективного хозяйствования на рынке, фактор антикризисного управления. Поэтому в рамках данной работы авторами раскрывается значение системы контроллинга как основного инструмента управления организацией. В статье раскрыто понятие «контроллинг», а также этимология данного определения.

**Ключевые слова:** контроллинг, предприятие, организация, контроллинг в организации, управление организацией.

Нам повезло жить в эпоху цифровых и информационных технологий, что несет внутри себя достаточно много положительных моментов. Однако для того чтобы наше общество эффективно функционировало и процветало оно не должно стоять на одном месте, а обязано постоянно двигаться вперед. Но, как мы знаем, любой технический и научный прогресс влечет за собой неминуемое усложнение сложившихся условий функционирования всех сфер нашей жизни, что напрямую касается предприятий и современного бизнеса.

Дело в том, что постоянное развитие нашего общества формирует острую потребность создания все новых и новых подходов к управлению организациями. Игнорирование данных процессов может привести к тому, что руководитель организации потеряет возможность не только заблаговременно выявлять все самые негативные тенденции в сфере осуществления бизнеса, но и не сможет своевременно предупреждать наступления неблагоприятных последствий и событий для конечных собственников. Данные задачи должны ставиться абсолютно перед любым руководителем организации, что позволит оставаться конкурентоспособным в конкретной профессиональной среде.

Нам представляется, не стоит в рамках данной работы перечислять непосредственные задачи руководителя. Дело в том, что основная задача руководителя, как правило, одинакова и заключается в непосредственной организации системы менеджмента для осуществления грамотного и эффективного управления. Однако нам хотелось бы разобрать непосредственно сам инструмент, при помощи которого совершаются данные управленческие действия, т.е. – контроллинг. При помощи контроллинга в организациях совершенствуется система планирования, контроля, учета и анализа всей финансово-хозяйственной деятельности организации.

Очень интересен тот факт, что само понятие контроллинг возникло более двухсот лет назад в США и расшифровывалось как «контроль над расходом бюджетных денежных средств». В самом начале система контроллинга была призвана обеспечить ведение учета и ревизии уже произошедших

хозяйственных событий, и уже потом данная система начала выполнять функции планирования, а также обработки и интерпретации отчетных данных. Далее данное понятие начало использоваться в Европе, но, к слову, оно имело уже другое значение. И только в конце 20-го века — это понятие пришло и в Россию и начало активно употребляться в науке об управлении [1].

Изучив этимологию понятия «контроллинг», следует разобраться как некоторые авторы определяют данный управленческий инструмент в современных реалиях. Так, к примеру, Новикова Е.В. считает, что под контроллингом следует понимать набор как методологических, так и практических инструментов, которые позволяют руководителю организации осуществлять совершенствование системы управления ключевыми показателями эффективности предприятия [2]. Небезынтересно мнение и Мельника Е.С., который под контроллингом понимает систему управления бизнесом или управленческий процесс, которые помогают достижению поставленных целей [3].

Изучив приведенные определения сразу можно сделать вывод о том, что многие авторы под системой контроллинга понимают именно инструмент управления, позволяющий обеспечить эффективное функционирование абсолютно всех сфер в конкретной организации. Главное понимать и то, что контроллинг не имеет никакого отношения к осуществлению контроля в организации. Данная система — это некая технология, которая позволяет эффективно управлять предприятием.

Также нам хотелось бы отметить и то, что, как отмечают многие авторы, Российская экономика обладает всеми необходимыми условиями для развития контроллинга. Это легко объясняется тем, что руководство абсолютно любого предприятия озабочено тем, чтобы использовать все существующие средства и возможности собственной организации на максимум. Другими словами, перед предприятием ставится задача, которая заключается в непосредственном повышении прибыльности и его инвестиционной привлекательности.

Следует сказать, что эффективное управление организацией заключается не только в эффективном управлении и использовании финансовых инструментов. Одним из главных условий, которое позволяет стабилизировать функционирование всех институтов любой организации, является процедура формирования бюджета организации. Думаем, не стоит объяснять, что одной из основных задач системы контроллинга является корректировка бюджета организации.

Также на предприятия приходят работать молодые кадры, получившие хорошее высшее образование и готовые к использованию и применению на практике современных технологий управления и принятию новых идей. Это позволяет положительно смотреть на целесообразность внедрения контроллинга, а, следовательно, на эффективность развития предприятия в



будущем.

Таким образом, в условиях сложившейся нестабильной ситуации в стране, предприятиям необходимо совершенствовать процесс управления и повышать эффективность производства. Наряду с этим контроллинг позволяет не только предвидеть результаты деятельности и спланировать деятельность предприятия, но и своевременно получать точную информацию, необходимую для принятия обоснованных управленческих решений.

### Список литературы:

1. Сборник научных трудов IV международной научно-практической конференции по контроллингу под научной редакцией д.э.н., профессора С.Г. Фалько. Менеджмент и контроллинг в условиях нестабильности рынков и внешних угроз. // НП Объединение контроллеров, 2015.

2. Новикова Е.В. Контроллинг на предприятии: особенности внедрения и функционирования // Вопросы науки и образования. 2018.

3. Мельник Е. С. Особенности внедрения контроллинга на предприятии [Текст] // Экономика, управление, финансы: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Пермь, декабрь 2012 г.). — Пермь: Меркурий, 2012. — С. 132-134.

УДК 339.138

## МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ АНАЛИЗ И ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*Бойко Алина Николаевна, магистрант заочной формы обучения*

*Киреенко Надежда Николаевна, к.э.н. доцент*

*БГАТУ, г. Минск*

**Аннотация:** стратегия международного маркетинга направлена на поиск конкурентного преимущества организации на рынке и разработку комплекса мероприятий, позволяющих реализовать это конкурентное преимущество.

**Ключевые слова:** маркетинговая деятельность, стратегическое управление, международный рынок.

Определение действующей и эффективной стратегии завоевания и поддержания своего места на международном рынке для организаций Республики Беларусь является актуальной проблемой, требующей анализа и систематизации действующих зарубежных практик. Имеющаяся информация об управлении маркетинговой деятельностью зарубежных организаций, свидетельствует об их ориентации на потребителя и социальной ответственности. В связи с этим целью данной работы является поиск отличий

в стратегиях международного маркетинга в зависимости от рынков сбыта продукции, классификации организаций.

Разработка международной маркетинговой стратегии предполагает многоуровневое мышление, реализующее принцип «мыслить глобально, действовать локально». При разработке маркетинговой стратегии необходимо принимать во внимание принадлежность организации к группе в зависимости от размеров рынка сбыта: [1]

1. внутренние – осуществляют продажи только в пределах одного государства.

2. региональные – осуществляют продажи в пределах определенного географического региона, но не нарушая национальных границ.

3. мультинациональные – осуществляют продажи на нескольких международных рынках.

4. организации, характеризующиеся переходом от мультинациональной к глобальной форме – осуществляя

5. глобальные – являясь активным участником мирового рынка, осуществляют продажи по всему миру.

Цель организаций, работающих на мультинациональном рынке – работа в «глобальной группе». Каждый уровень выхода на внешние рынки отличается и требует различных стратегий маркетинговой деятельности, организации и контроля, планирования. Маркетинговая стратегия глобализации заключается в том, что однородная продукция сбывается по единой стандартной маркетинговой программе. Применение полностью глобальной интегрированной маркетинговой стратегии – редкое явление. На наш взгляд, отечественным организациям целесообразно использовать существующие частично глобализированные маркетинговые стратегии. Выбор глобальных категорий означает, что организация, будет ориентироваться на разные сегменты в отдельных категориях либо на изменение продукта, рекламы в соответствии с требованиями регионального рынка.

Таблица – Этапы выхода на новые международные рынки

первый этап	понимание международной маркетинговой деятельности, (изучение международной торговой системы нового рынка)
второй этап	определение стран, в которых будет продаваться продукция, вместимость рынка, возможные объемы продаж и формирование проектных групп
третий этап	исследуется наличие конкурентов на определенном рынке, при этом немаловажную роль играет оценка возможной прибыли на инвестиции в зависимости от уровня риска
четвертый этап	организация разрабатывает и реализует тактику «вхождения» на рынок. (обычно, используют процесс интернационализации: начинают с экспорта, переходят к лицензированию, совместным компаниям и к прямым инвестициям)
пятый этап	адаптация продукции, ее продвижение, определение ценовой политики и системы распространения

Такие стратегии организация Республики Беларусь может приспособить к определенному продукту и конкретной ситуации на конкретном рынке.

Изучение опыта международных организаций, позволяет систематизировать последовательность выхода на новые рынки.

Направления маркетинговой стратегии при выходе на международный рынок должны рассматривать географическое расширение рынка, коммуникационную стратегию, стратегическое сегментирование рынка, позиционирование продукции, распределение и ценообразование.

В своей деятельности отечественным организациям нужно выбирать рынки, на которых она будет конкурентоспособна, учитывать уровень развитости соответствующих стран и «занятости» их рынков. Осуществляя стратегическое планирование маркетинговой деятельности необходимо учитывать особенности рынков развивающихся и развитых стран.

В развитых странах инвестиционный климат более благоприятный и внешняя среда воздействия на бизнес более предсказуема. Рынки в развивающихся странах отличаются значительной степенью риска, в связи с этим на рынке можно ожидать высокую степень неопределенности.

Как показывают проведенные исследования, основой эффективной международной маркетинговой стратегии является определенная организацией миссия. Рассмотрим миссии и корпоративные ценности организаций, действующих на международных рынках, с учетом приведенных классификации.

*Внутренние.* Японская компания Shoei Sangyo Co. Миссия компании: «Да, профессия дает возможность заработать на жизнь, но настоящая ценность профессии в возможности быть полезным для других». Корпоративные ценности компании Shoei Sangyo Co: для нас важно: быть частью общества как живой человек, а не простой потребляющий организм; понимать, что без потребителя в нашем существовании не было бы смысла; всегда думать об удобстве для наших партнеров по бизнесу; вносить вклад в развитие отрасли.

*Региональные.* Российская компания «НОРНИКЕЛЬ». Миссия компании: «Эффективно используя природные ресурсы и акционерный капитал, мы обеспечиваем человечество цветными металлами, которые делают мир надежнее и помогают воплощать надежды людей на развитие и технологический прогресс».

*Мультинациональные.* Российская компания ОАО «АвтоВАЗ»: «Мы создаём для наших клиентов качественные автомобили по доступным ценам, принося стабильную прибыль нашим акционерам, улучшая благосостояние нашего рабочего персонала, повышая ценность нашей деятельности во благо Отечества».

*Глобальные.* Японская компания Honda Motor Co., Ltd. Миссия компании: «Нами движет мечта. Как глобальная организация мы посвящаем себя

удовлетворению запросов потребителей по всему миру, предоставляя товары высочайшего качества по разумной цене». Корпоративные ценности: вклад в обеспечение мобильности личности и общества; уважение к людям и разнообразию их потребностей; свободная и открытая корпоративная культура, поощряющая созидание.

Таким образом, любая организация при выходе на зарубежные рынки любых стран мира, должна определив свою миссию, разработать маркетинговую стратегию, которая позволит получить дополнительные прибыли, минимизируя все риски с учетом особенностей функционирования международных рынков сбыта.

### **Список литературы:**

1. Костюкевич Е. А., Швед И. В., Костюшко Н. Зарубежный опыт организации маркетинговой деятельности фирмы // Вопросы экономики и управления. — 2016. — №5.1. — С. 40-42. — URL <https://moluch.ru/th/5/archive/44/1567/> (дата обращения: 28.02.2020).

2. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебное пособие / И.Л. Акулич. – Минск: Вышэйшая школа, 2014.

3. Ансофф, И. Стратегическое управление: Пер. с англ. / Игорь Ансофф. – Москва: Экономика, 1989.

УДК 331.101.3

## **ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ТРУДА ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ**

*Бралгина Елена Викторовна, студент-бакалавр  
Карпова Мария Валентиновна, к.с.-х.н., доцент  
ФГБОУ ВО Курганская ГСХА, г. Курган*

**Аннотация:** в статье рассматриваются особенности системы мотивации персонала предприятий. Мотивация персонала является основным средством обеспечения эффективного и оптимального использования ресурсов, реализации имеющегося кадрового потенциала.

**Ключевые слова:** мотивация, персонал, организация, система стимулирования.

Одним из ключевых условий социально-экономического развития общества является решение проблемы эффективного использования человеческого потенциала. Важную роль в данной системе играет мотивация к высоким результатам труда, рост трудовой активности граждан, повышение

качества и эффективности труда.

В условиях жесткой конкурентной борьбы и быстро меняющейся ситуации организации должны не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел, но и выработать долгосрочную стратегию поведения, которая позволяла бы им поспевать за изменениями, происходящими в их окружении [2].

Все большее значение в современном мире приобретают мотивационные моменты. Именно мотивация считается главным средством обеспечения рационального использования ресурсов. Ее цель заключается в получении наибольшей отдачи от использования имеющихся трудовых ресурсов, что позволяет улучшить общее положение предприятия и увеличить его финансовую часть.

Мотивацией называется процесс движения работника к деятельности для достижения, как индивидуальных целей, так и целей организации. На достижение заданных целей влияют совокупность внутренних и внешних факторов, которые стимулируют процесс работы, направляют и ориентируют, определяют формы и ставят границы [1].

Единая связь с потребностями человека – самое главное в мотивации. Потребностью считается внутреннее психологическое состояние об ощущении недостатка чего-либо. Профессиональная деятельность позволяет сотруднику удовлетворять не только духовные, но и социальные потребности. Не считая заработной платы, которую работник получает за свою трудовую деятельность, он старается произвести хорошее впечатление на других, заводить товарищеские отношения, развиваться и утверждаться на рабочем месте, пытаться оказывать влияние на других сотрудников.

В профессиональной деятельности любого человека мотивация оказывает воздействие на некоторые её особенности: усилие, старание, настойчивость, добросовестность, направленность действий и др.

Главными функциями мотивации считаются: поддержание и контроль поведения, побуждения к действиям, направления деятельности [3].

Если работники организации отдаются работе с большим трудом и ответственностью, то это будет положительно влиять на поставленные задачи, тем более что они сами в этом заинтересованы. Высокий уровень трудовой мотивации имеют только самые трудолюбивые сотрудники.

Руководитель организации, который хочет влиять на трудовую мотивацию своих подчиненных, необходимо обратить внимание на некоторые моменты:

- точная оценка потребностей сотрудников, определяющая их рабочее поведение, отношение к заданиям и к работе соответственно;
- выявление факторов, действующих на трудовую мотивацию работников, определяя степень заинтересованности и готовности в работе;

- определение некоторых мер воздействия для построения мотивирующей обстановки на рабочем месте;
- влияние на трудовую мотивацию с учётом личных особенностей сотрудника;
- оценка результативности мер воздействия.

Важным моментом трудовой мотивации является степень удовлетворенности работника местом работы и выполнением поставленных задач. Естественно, что при увеличении удовлетворенности сотрудников личным трудом, организацию ждет и повышение её продуктивности. Давно доказано, что между рабочими показателями и удовлетворённостью трудом достаточно сложные отношения, тем самым именно наибольшая удовлетворённость трудом на самом деле оказывает положительное влияние на работу сотрудников. Это способствует росту уровня исполнительской и трудовой дисциплины, а также увеличение производительности труда работников [4,5].

Менеджеры любой организации обязаны постоянно думать о возможных способах мотивации людей и улучшения их работы. Также важно выделить все возможные простые изменения работы, которые помогут привести к стимулированию внутренней мотивации работников.

Для представления о трудовом поведении человека и построении обоснованной системы стимулирования персонала необходимо понять те психологические закономерности и ключевые принципы, которые лежат в основе трудовой мотивации. То есть сейчас существует огромная неопределенность в жизни каждого человека. Поэтому следует разработать новые подходы к управлению персоналом.

Самую сильную мотивацию к работе у сотрудника вызовут: психологические поощрения, денежные поощрения, награждение памятными знаками, внесение в книгу истории предприятия, ценные подарки, дополнительный оплачиваемый отпуск и многое другое.

Улучшение системы стимуляторов к сфере труда и специфике коллектива – один из самых важных резервов результативности управления организацией.

### **Список литературы:**

1 Артюхова, И.В., Совершенствование системы управления персоналом в рамках развития предприятия / И.В. Артюхова, И.В. Мезенцева // Экономика Крыма. - 2019. - № 1. - С. 396-399.

2 Карпова М.В., Рознина Н.В., Овчинникова Ю.И. Стратегический анализ потенциала организации / М.В.Карпова, Н.В. Рознина, Ю.И. Овчинникова // Материалы II Всероссийской (национальной научно-практической конференции с международным участием). Под общей редакцией Сухановой С.Ф. Лесниково, 2018. – С. 408-413.

3 Соколова Е.С., Рознина Н.В., Карпова М.В. Развитие агропромышленного комплекса в условиях цифровой экономики / М.В. Карпова, Н.В. Рознина, И.С. Лушникова // сборник научных трудов I Национальной научно-практической конференции посвященной 25-летию со дня образования экономического факультета. Самарский ГАУ, 2019. - С. 130-134.

4 Рознин И.А., Рознина Н.В., Карпова М.В. Специальная оценка условий труда в организациях Курганской области / И.А. Рознин, Н.В. Рознина, М.В. Карпова // Актуальные вопросы современной экономики. 2019. Т. 1. № 3. С. 269-272.

5 Рознин И.А., Рознина Н.В., Карпова М.В. Нарушения требований охраны труда в организациях Курганской области / И.А. Рознин, Н.В. Рознина, М.В. Карпова // Актуальные вопросы современной экономики. 2019. Т. 1. № 3. С. 829-834.

УДК 630\*662.1:657.

## УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ НА ИТ-УСЛУГИ

*Велиев Вадим Олегович, студент-бакалавр  
Боровская Марина Евгеньевна, ст. преподаватель  
БГТУ, г. Минск (Беларусь)*

**Аннотация:** в статье рассматриваются понятие ИТ-услуги, категории затрат на их осуществление, обосновывается важность управления ИТ-услугами с помощью составления бюджетов по данным финансового учета.

**Ключевые слова:** организация, ИТ-услуга, сервис, управление, система, классификация, бюджет, учет, контроль.

Эффективность деятельности организации во многих случаях зависит от информационных технологий. Комплекс ИТ-услуг должен соответствовать потребностям бизнеса компании, поэтому многие организации, предоставляющие подобный сервис, снижают стоимость предоставляемых услуг или оставляют их на соответствующем уровне.

В соответствии с ITIL ИТ-услуга представляет собой комплекс ИТ-систем, которые применяются для того, чтобы обеспечить бизнес-деятельность предприятия. [1]

Чтобы повысить конкурентоспособность компании на рынке, необходимо постоянно увеличивать производительность вычислительной системы, актуализировать компьютерный парк и программное обеспечение, внедрять новые информационные технологии, обеспечивать достаточное количество

инвестиций в будущее организации. Но на все это нужны ИТ затраты, которые с каждым годом только увеличиваются. И руководители предприятий должны знать, насколько эффективными они будут, и какие методы управления можно использовать, чтобы снизить себестоимость и улучшить качество изготавливаемой продукции.

Затраты на ИТ должны соответствовать предоставляемому качеству, которое определяет мощность, доступность, техническая поддержка, производительность; стоимости и требованиям заказчика.

Одним из важных направлений в деятельности любой организации является составление бюджета, в том числе и в сфере ИТ. С помощью составления бюджета можно спрогнозировать количество затрат и расходов. Обычно данный процесс связан с планированием потребностей у заказчика именно в тех видах услуг, которые связаны с такими затратами. Прогнозы затрат составляются с учетом статистических данных за аналогичные периоды в прошлом.

С помощью данных финансового учета можно определить расходы финансовых средств. При этом рассматриваются затраты, выполняемые по каждому отдельному заказчику, виду услуг, а также деятельности компании.

Существуют различные категории затрат на ИТ:

– прямые затраты, которые непосредственно связаны с предоставляемыми ИТ услугами. Например, вид деятельности или определенные материалы, которые связаны с конкретным сервисом. Так, одним из таких расходов может быть аренда телефонной линии для получения выхода в интернет.

– косвенные затраты, к которым относят такие виды затрат, которые не связаны напрямую с определенными ИТ услугами. Например, это различные варианты затрат на помещение, виды услуг, в соответствии с которыми обеспечивается техническая поддержка. Также это могут быть различные административные расходы, в том числе потраченное на такие услуги время.

Кроме того, в целях анализа затрат нужно рассматривать постоянные и переменные затраты.

К постоянным ИТ затратам относят типы инвестиций, направленных на аппаратное обеспечение, строительство, программное обеспечение. Такие виды затрат не зависят от объема предоставленных услуг.

К переменным затратам относят те расходы, количество которых изменяется при изменении объема производства или объема предоставляемых услуг. Это расходы на печатающее оборудование, отопление, электричество или бумагу.

Также виды затрат можно разделить на капитальные и операционные.

Капитальные затраты направляют на закупку активов, которые будут использоваться для долгосрочного применения. Амортизация данных активов



происходит в течение нескольких лет. При этом они не связаны с материально-технической сферой.

К операционным затратам относят расходы, выполняемые каждый день, договоры, составляемые для обслуживания программного, аппаратного обеспечения, страховые взносы или же стоимость лицензий.

Для контроля процессов управления необходимо правильно выстроить процесс учета и анализа затрат организации. При этом очень важно понимать, что бывают разные типы затрат, которые подразделяются на элементы затрат. Это затраты на оборудование, на программное обеспечение, на размещение, организационные и трансфертные затраты, а также виды деятельности, связанные с учетом затрат

### **Список литературы:**

1. Информационное общество в Республике Беларусь: стат. сб. / редкол.: В.И. Зиновский (пред) [и др.] . - Минск: Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2013.

2. Михайловская А.Л. Онлайн – бухгалтерия как один из видов информационных технологий бухгалтерского учета [Электронный ресурс]/ А.Л. Михайловская // Рецензируемый научный журнал «Тенденции развития науки и образования», Сентябрь 2019 г. №54, часть 4 Изд. НИЦ «Л-Журнал», 2019 – 96 с. (с. 66 – 69) - Режим доступа:

[http://ljournal.ru/wp-content/uploads/2019/11/lj09.2019\\_p4.pdf](http://ljournal.ru/wp-content/uploads/2019/11/lj09.2019_p4.pdf)

УДК 338.2

## **РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЯМИ В АО ЧУВАШХЛЕБОПРОДУКТ**

*Владельщикова Кристина Викторовна, студент-бакалавр  
Зайцева Надежда Петровна, ст. преподаватель  
ФГБОУ ВО Чувашская ГСХА, г. Чебоксары*

**Аннотация:** В статье рассматриваются вопросы проведения изменений на предприятии и выработки стратегии сопротивления изменениям со стороны персонала. Автором предлагается комплекс мер по совершенствованию мотивации персонала, способствующий закреплению принятой руководством стратегии.

**Ключевые слова:** изменение, стратегия, переработка зерна, конкурентоспособность, мотивация.

Организация не существует без масштабных организационных изменений. Персонал в любой организации сопротивляется изменениям. Поэтому выбор стратегии изменений формируется обстоятельствами, которые

зависят от ряда факторов: темпа осуществления изменений, степени управления со стороны менеджеров, использования внешних агентств, центрального или местного сосредоточения сил [1].

АО «Чувашхлебопродукт» - организация республиканского значения, одно из крупнейших предприятий в ПФО, которое специализируется на производстве и хранении мукомольной продукции [2].

Ежегодно выручка предприятия увеличивается на 12,2 % за счет расширения охвата рынка сбыта. Наиболее крупными контрагентами по состоянию на 2019г. являются ООО «Омега», ООО «Мордовцентр», ООО «Алгоритм инвест строй» К основным конкурентам организации по состоянию на 2019г. относятся ООО «Казанская мельница», ООО ТД «Кристалл», ОАО «Бурундуковский элеватор», ООО «Мукомольный комбинат «Володарский», ООО «Сызраньский мелькомбинат», ООО «Минсервис», поставщики Самарской области, Алтайского края и Сибири.

Стратегия развития АО «Чувашхлебопродукт» ориентирована на производство продукции с высокой добавленной стоимостью, строительство новых и модернизацию существующих производственных мощностей на действующих площадках, реализацию инвестиционных проектов с коротким сроком окупаемости и высокой доходностью, создание новых перспективных продуктов и расширение ассортимента [3].

В 2019г. списочная численность персонала АО «Чувашхлебопродукт» составила 438 человек, из которых 65,2 % составили рабочие в возрасте 41-55 лет или 49,7 % от общей численности персонала. Доля молодых сотрудников в возрасте до 35 лет составила 17 % при доле работников пенсионного возраста – 22%.

Эффективное функционирование предприятия обеспечивается благодаря высококвалифицированному кадровому составу. Поэтому руководство предприятия осуществляет непрерывное развитие и обучение персонала.

Таблица 1 - Сведения по видам обучения АО «Чувашхлебопродукт» за 2017-2019 гг., чел.

Показатели	Годы			Отклонение, (+;-)	
	2017	2018	2019	2018 г.от 2017 г.	2019 г.от 2018 г.
Подготовка новых рабочих	8	9	25	1	16
Обучение смежной профессии	98	110	65	12	-45
Курсы целевого назначения	76	116	69	40	-47
Курсы повышения квалификации	196	95	117	-101	22
Аттестация	123	136	147	13	11
Предаттестационная подготовка	98	91	81	-7	-10
Всего	599	557	504	-42	-53

В качестве одного из направлений развития кадровой политики и повышения компетенций работников на предприятии действует

лицензированный учебный центр, а также заключены договора и соглашения с профильными учебными центрами [4].

Основная задача, которую ставит руководство перед программой развития кадровой политики - это увеличение производительности работников.

Проведем расчет затрат на проведение мероприятий по совершенствованию управления сопротивлением изменений

Таблица 2 - Расходы на мероприятия по совершенствованию управления сопротивлением изменений в АО «Чувашхлебопродукт»

Мероприятия	Сумма, руб.
1. Создание «комнаты отдыха и психологической разгрузки»:	150000,00
- ремонт комнаты	25000,00
- дизайн помещения	15000,00
- закупка оборудования	110000,00
2. Соревнования среди сотрудников на звание «Лучший .....»	1000*3*12=36000,00
3. Публичное награждение отличившихся сотрудников фирменными значками ОАО «Чувашхлебопродукт», почетными грамотами, ценными подарками	60000,00
4. Внедрение мероприятий по материальному стимулированию персонала	1800000,00
введению дополнительных надбавок	1800000,00
Всего затрат	2046000,00

Согласно прогнозным данным прибыль от продаж увеличиться на 3038 тыс. руб. по сравнению с 2019 г. Выручка к 2021 г. увеличится на 5084 тыс. руб. (на 0,3 %). Себестоимость в 2021 г. увеличится на 2046 тыс. руб.

Таблица 3 - Основные показатели деятельности АО «Чувашхлебопродукт» за 2018-2021 гг., тыс. руб.

Показатели	2019 г.	Прогноз на 2021 г.	Отклонение (+;-)	Темп изменения, %
			прогноз на 2021 г. от 2019 г.	прогноз на 2021 г. к 2019 г.
Выручка, тыс. руб.	1694592	1699676	5084	100,3
Себестоимость продаж, тыс. руб.	1402606	1404652	2046	100,1
Прибыль от продаж, тыс. руб.	115108	118146	3038	102,6
Рентабельность продаж, %	6,8	7,0	0,2	х

В целом в проектируемом периоде за счет внедрения предложенного нами мероприятия произойдет увеличение рентабельности продаж исследуемого нами предприятия на 0,2 %.

Отсюда, можем отметить, что предложенные мероприятия по совершенствованию управления сопротивлением изменений работников эффективны и могут быть применены на АО «Чувашхлебопродукт».

#### Список литературы:

1. Васильева, А.А. Проблемы внедрения и развития систем менеджмента

качества на российских предприятиях / А.А. Васильева, Н.П. Зайцева // В книге: Студенческая наука - первый шаг в академическую науку материалы Всероссийской студенческой научно-практической конференции с участием школьников 10-11 классов. 2017. С. 486-488.

2. Зайцева, Н.П. Бенчмаркинг как элемент повышения конкурентоспособности предприятий АПК / Н.П. Зайцева // В сборнике: Перспективы развития механизации, электрификации и автоматизации сельскохозяйственного производства Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 334-337.

3. Зайцева, Н.П. Методы бенчмаркинга как инструмент в повышении эффективности инновационных процессов в менеджменте / Н.П. Зайцева, П.В. Зайцев // В сборнике: Учет, анализ и аудит в условиях цифровой экономики Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2018. С. 302-308.

4. Зайцева, Н.П. Стратегия стабилизации как элемент менеджмента качества в управлении персоналом / Н.П. Зайцева, П.В. Зайцев // В сборнике: Современная аграрная экономика: проблемы и перспективы в условиях развития цифровых технологий Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 141-146.

УДК 631.816:631.421

## **ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ОАО «МИНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»**

*Должевская Александра Александровна, студентка-бакалавр  
Карпенко Валерий Михайлович, к.т.н., доцент  
Белорусский государственный университет, г. Минск*

**Аннотация:** На белорусском рынке мясной продукции наблюдается высокий уровень конкуренции. Основными преимуществами данного рынка являются такие факторы, как высокое качество мясной продукции и ее безопасность, а также значительный производственный потенциал. Успешное функционирование организации зависит от уровня конкурентоспособности продукции, предлагаемой потребителям.

**Ключевые слова:** рынок мясной продукции, конкуренция, анализ ключевых факторов успеха, проблемы развития рынка.

Конкурентоспособность продукции – это понятие, означающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим

и иным характеристикам по его реализации на конкурентном рынке. Рыночную деятельность фирмы невозможно представить без участия в конкурентной борьбе. Соответственно конкурентоспособность продукции мы можем определить, только путем сравнения продукции с конкурентами между собой. Конкуренция является механизмом соперничества участников рынка за право поиска своего покупателя, за возможность продажи товара на наиболее выгодных условиях, захвата определенной доли рынка и получения соответствующей прибыли. Она побуждает производителя товара совершенствоваться и обновлять свою продукцию, повышать ее качество, то есть делать ее конкурентоспособной [1].

На данный момент рынок мясной продукции не стоит на месте и с каждым годом набирает обороты и увеличивает свое производство. Данный рынок является одним из крупнейших сегментов продовольственного рынка Республики Беларусь, как по емкости, так и по количеству участников. Наша страна старается соответствовать современным требованиям рынка мясной продукции и также обладает всем необходимым потенциалом для развития данного рынка.

На белорусском рынке мясной продукции наблюдается высокий уровень конкуренции [2]. Анализ рынка мясной продукции позволил выявить основных лидеров данного сегмента (таблица 1).

Исходя из таблицы можно сделать вывод, что среди основных конкурирующих предприятий лидером является ОАО «Березовский мясоконсервный комбинат», так как данное предприятие имеет наибольшую выручку в ходе своей деятельности.

Таблица 1 – Характеристика ведущих компаний Республики Беларусь на рынке мяса и мясной продукции за 2018 год

Название предприятия	Выручка, млн. руб.	Продукция
Березовский мясоконсервный комбинат	330 000	мясо и субпродукты, колбасные изделия, мясные полуфабрикаты, мясные консервы
Гродненский мясокомбинат	311 207	варенные колбасы, сырокопченые колбасы, копчено-варенные изделия из свинины и говядины
Слуцкий мясокомбинат	151 741	говядина и свинина, мясные полуфабрикаты, пельмени, колбасные изделия, копчености, мясные консервы
Брестский мясокомбинат	326 37	колбасные изделия, котлеты, пельмени, фарши, сырые колбасы, шашлыки
Витебский мясокомбинат	186 100	колбасные изделия, продукты из свинины и говядины, мясные полуфабрикаты, пельмени
Могилевский мясокомбинат	106 134	колбасные изделия, мясные полуфабрикаты
Волковысский мясокомбинат	189 514	варенные колбасы, копчено-варенные изделия из свинины и говядины

Окончание таблицы 1

Название предприятия	Выручка, млн. руб.	Продукция
Борисовский мясокомбинат	74 563	колбасные изделия, пельмени, шпик
Пинский мясокомбинат	150 055	вареные, полукопченые и сырокопченые колбасы
Гомельский мясокомбинат	87 899	мясо и субпродукты, колбасные изделия, жиры, шкуры КРС
Минский мясокомбинат	108 447	колбасные изделия, варено-копченая продукция, шпики, пельмени, полуфабрикаты

Источник: собственная разработка на основе годовых отчетов предприятий

ОАО «Минский мясокомбинат» относится к числу наиболее старых в Республике Беларусь из действующих мясокомбинатов. Предприятие основано в 1922 году на базе хладобойни. Мясокомбинат продолжает производство продукции, соблюдая традиционные рецептуры и традиции, которые были издавна заложены в производственный процесс. Соответственно, мы можем наблюдать, что данная традиция является гарантией качества не только для белорусского, но и для зарубежного потребителя.

Для оценки конкуренции на рынке мясной продукции был проведен анализ ключевых факторов успеха (таблица 2). Анализ позволяет определить лидера рынка, уровень развития конкретных характеристик отдельного предприятия по сравнению с лидером рынка.

Таблица 2 – Анализ ключевых факторов на рынке мяса и мясной продукции за 2018 год

Ключевые факторы успеха	ОАО « ..... мясокомбинат»							
	Минск	Береза	Гродно	Волковыск	Слуцк	Брест	Витебск	Пинск
Инновации на предприятии	6	8	8	8	8	7	7	6
Внешний вид продукции	8	9	9	9	9	8	7	6
Качество продукции	8	9	8	8	8	7	8	7
Пищевая ценность	7	8	7	8	7	7	7	6
Уровень цен	7	9	9	9	8	9	7	7
Имидж предприятия	8	9	8	8	8	7	8	7
Вкус продукции	8	9	8	8	7	8	7	6
Запах продукции	8	9	8	7	8	8	6	5

Следовательно, из анализа и оценки ключевых факторов успеха, можно сделать вывод, что продукция ОАО «Минский мясокомбинат», по уровню конкурентоспособности, уступает таким сильным конкурентам, как ОАО «Березовский мясокомбинат», ОАО «Брестский мясокомбинат» и ОАО

«Волковысский мясокомбинат» по показателям качества (вкус продукции, внешний вид, пищевая и питательная ценность, а также престижность фирмы).

Полученные результаты позволяют наглядно оценить, по каким позициям продукция ОАО «Минский мясокомбинат» наиболее полно отвечает запросам потребителей, а какие позиции являются слабыми.

Одной из основных проблем развития рынка мясной продукции является недостаток мощностей для своевременной переработки сырья, изношенное и устаревшее оборудование. Необходимо расширение производства экологически чистой продукции, особенно в зоне радиоактивного загрязнения, увеличение производства высококачественной продукции, пользующейся спросом за пределами республики, ускорение перехода к полной и безотходной переработке сырья, расфасовки ее в экологически безопасную упаковку.

### **Список литературы:**

1. Драгун, Н.П. Конкурентоспособность перерабатывающих предприятий АПК: экономическая сущность и механизм управления: монография / Н.П. Драгун, Е.М. Карпенко. – Гомель: ГГТУ им. П.О. Сухого, 2009. – 246 с.

2. Карпенко, Е.М. Тенденции развития рынка молочных продуктов Беларуси, Украины и России: общее и отличия / Е.М. Карпенко, В.М. Карпенко, В.С. Сухоцкая // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – Вип. 2(13). – Полтава: ПДАА. – 2017. – С. 32 – 39.

УДК 331.108.2

## **БЕЗОПАСНОСТЬ ЛИЧНОСТИ НА КОММЕРЧЕСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ**

*Журко Дмитрий Владимирович, студент-специалист*

*Окладчик Светлана Александровна, к.э.н., доцент*

*Иркутский государственный аграрный университет*

*имени А.А. Ежовского, г. Иркутск, Россия*

**Аннотация:** Статья затрагивает теоретические аспекты понятия «безопасность личности», её составные элементы и черты. А также способы обеспечения безопасности личности на коммерческом предприятии.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, безопасность личности, защита от угроз.

Экономическая безопасность является наиболее важным фактором, влияющим на деятельность организации. Процесс обеспечения безопасности включает ряд мер по защите компании от случайного или преднамеренного вмешательства в её работу [1].

На рисунке 1 отражена сущность и основные элементы экономической безопасности предприятия.



Рисунок 1 – Сущность и составные элементы экономической безопасности предприятия

Как видно из рисунка 1 важную роль в обеспечении безопасности и развития личности, общества и государства играет защита персонала.

В рамках единой корпоративной политики безопасности, безопасность личности предназначена для защиты имущества, жизни и здоровья персонала, а также финансовых ресурсов.



Рисунок 2 – Безопасность личности на коммерческом предприятии [2]

Предметом безопасности личности на предприятии являются интересы



каждого отдельного работника во всем его многообразии. Безопасность личности – это отдельная подсистема кадровой безопасности предприятия, характеризующая совокупность механизмов и элементов (рис. 2), защищающих интересы каждого конкретного работника во всех их проявлениях.

Таблица 1 – Угрозы безопасности личности на предприятии

Безопасность личности, её характеристика	Угрозы безопасности личности	
	внешние	внутренние
Личная (физическая, психологическая) – состояние защищенности жизненно-важных интересов работника от угроз, возникающих в процессе трудовой деятельности и связанных с возможностью нанесения ущерба физическому и психическому здоровью работника	Занятость на работах, характеризующихся неблагоприятными условиями труда. Низкое качество (отсутствие средств индивидуальной и коллективной защиты). Стрессы. Неблагоприятный социально-психологический климат в коллективе. Несоблюдение режима труда и отдыха.	Алкогольная, наркотическая, токсическая и иные виды зависимости. Низкая культура безопасного труда. Конфликтность. Неудовлетворенность личных интересов. Несоблюдение правил техники безопасности. Опасность профессии. Неадекватное эмоциональное реагирование.

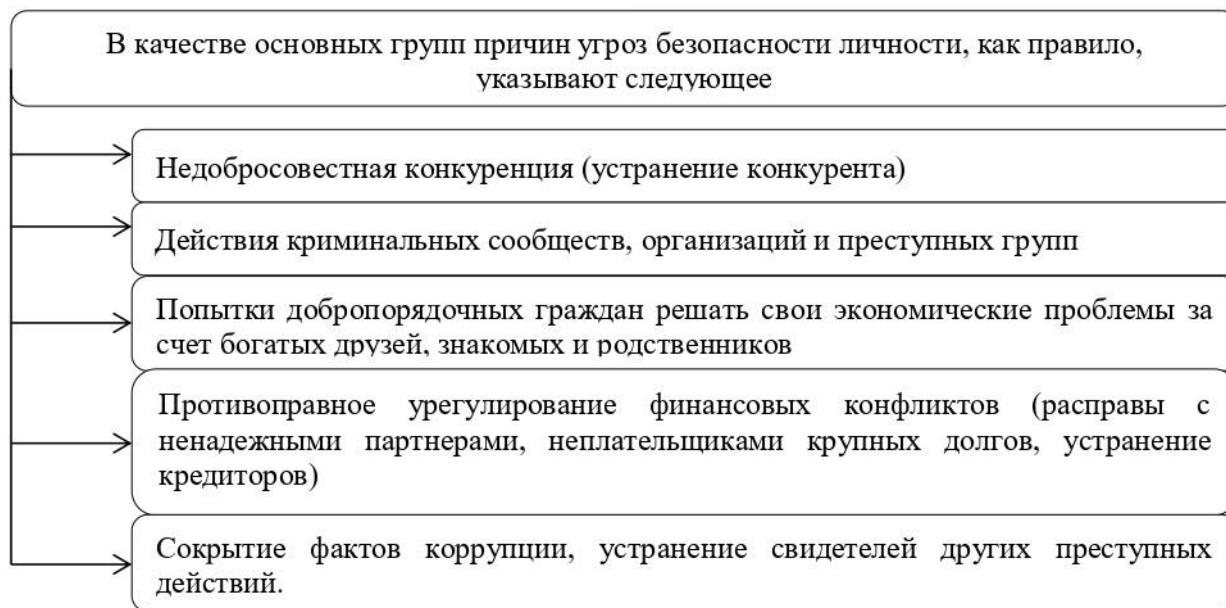


Рисунок 3 – Причины угроз безопасности личности

Основными принципами обеспечения безопасности личности на предприятии являются:

- законность;
- соблюдение баланса жизненно важных интересов личности и предприятия;
- взаимная ответственность личности и предприятия;
- интеграция с международными системами безопасности [1].

При обеспечении безопасности личности не допускается ограничение прав и свобод граждан, за исключением случаев, прямо предусмотренных законом (Конституцией РФ, Гражданским кодексом и Трудовым кодексом).

Таким образом, обеспечение безопасности личности на предприятии – одна из основополагающих его задач. Неумение обеспечить безопасность личности отрицательно сказывается на деятельности предприятия и перспективах его развития.

#### **Список литературы:**

1. Основы экономической безопасности (Государство, регион, предприятие, личность) / Под ред. Е. А. Олейникова. - М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез». -2017. – 138 с.

2. Физическая безопасность предприятия: уч. пособие / Под ред. В.Л. Шульц, А.Д. Рудченко. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – Режим доступа: <https://docviewer.yandex.ru/view/304060614>.

УДК 338.2

### **ФОРМИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СТРАТЕГИИ**

#### **АО «АККОНД»**

*Замятина Анастасия Эдуардовна, студент-бакалавр  
Зайцева Надежда Петровна, ст. преподаватель  
ФГБОУ ВО Чувашская ГСХА, г. Чебоксары*

**Аннотация:** В статье рассматриваются вопросы формирования и выбора стратегии развития производственного предприятия. Автором проводится анализ стратегических перспектив

**Ключевые слова:** производство, конкурентоспособность, стратегия, ритмичность, эффективность производства

АО «Акконд» - это предприятие с более чем 75-летней историей, сегодня является одной из ведущих кондитерских фабрик России [2]. Кроме этого, Чебоксарская кондитерская фабрика «Акконд» - это свыше 70 технологических линий, ежегодно выпускающих около 100 тысяч тонн кондитерской продукции. Стабильно растущий спрос со стороны потребителей является мощным стимулом для наращивания производства - примерно на 15% ежегодно, а также для увеличения продуктовой линейки. Ассортимент фабрики насчитывает более 500 наименований, как эксклюзивной, так и традиционной кондитерской продукции [3].

Ключевым фактором оценки стратегия развития организации является

анализ внутренней и внешней среды ее функционирования, выраженной в матрице SWOT анализа

Таблица 1 – Матрица SWOT анализа АО «Акконд»

ВОЗМОЖНОСТИ	СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ
Направление политики правительства на развитие рыночных отношений Ведущие конкурентные позиции по ряду продукции	Высокий производственный потенциал Возможности увеличения мощностей Конкурентоспособность продукции
УГРОЗЫ	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ
Высокие налоги Нестабильность в обществе Высокая конкуренция с зарубежными и отечественными производителями	Слабое использование конкурентных преимуществ Отсутствие чётких целей и стратегии развития предприятия Большая кредиторская задолженность

SWOT-анализа позволяет определить связь между потребителем и производственной деятельностью предприятия, ее эффективностью и пониманием настроения потребителя [1]. Данный анализ позволяет перейти формированию целей и дальнейших действий по отношению к конкурентам.

Проведенный нами анализ оценки конкурентов [4], [5] позволил сформировать основные цели по формированию производственной стратегии предприятия:

1) увеличение объёма сбыта порогового уровня не менее 11000 тыс. тонн за счет проработки стратегии диверсификации на существующих рынках сбыта продукции;

2) удержание лидирующих позиций на рынке Чувашской Республики на уровне 25% доли рынка;

3) за счет выработанных мер обеспечить уровень рентабельности на 2020г. на уровне 20 – 30%

4) перейти к 2020г. на закупку отечественного сырья на уровне 60%

Предложенные меры позволят:

- максимально загрузить производственные мощности;
  - увеличить эффективность использования трудовых ресурсов;
  - увеличить долю рынка, вытеснив конкурентов и сделав достижимыми;
- получение указанного уровня рентабельности производства;
- обеспечить выплату высоких дивидендов акционерам.

Проведенный нами анализ равномерности загрузки производственных мощностей предприятия (таблица 2), показал минимальные отклонения производственных процессов.

Из таблицы 2 видно, что в целом на предприятии поддерживался стабильный уровень ритмичности, отклонения от запланированного уровня выпуска продукции были незначительными. Коэффициент ритмичности равен 97%. Коэффициент вариации 0,12 означает, что выпуск продукции по кварталам отклоняется от графика в среднем на 12%.

Таблица 2 - Анализ ритмичности выпуска продукции 2019 года

Декады месяца	Выпуск продукции, тыс. р.		Удельный вес продукции, %	
	по плану	фактически	по плану	фактически
I квартал	648825	647334	24	23
II квартал	660337	656316	26	25
III квартал	635313	666223	23	26
IV квартал	658325	655427	27	26
Итого	2602800	2625300	100	100

Причинами аритмичности является трудности сбыта продукции и низкий уровень организации.

Таблица 3 - Анализ факторов изменения объема реализации

Показатели	По плану, тыс. руб.	По отчету, тыс. руб.	Изменение объема реализации тыс. руб.
1. Остаток готовой продукции на начало отчетного года	23400	33000	+9600
2. Выпуск продукции за год	2602800	2625300	+22500
3. Остаток готовой продукции на конец года	235000	329400	+94400
4. Реализация продукции за год	2056800	2153400	+96600

Из таблицы 3 видно, что отрицательное влияние на объем реализации оказало сверхплановое увеличение остатков готовой продукции, что требует более детальной проработки маркетинговых стратегий.

В качестве основных направлений технического развития производства можно предложить: реконструкцию и модернизацию отдельных технологических линий производства, а также совершенствование трудовой этики и культуры на производстве.

Разработка и запуск производства новых видов кондитерских изделий и новых видов хлебобулочных изделий, увеличение объемов экспорта так же увеличат конкурентоспособность предприятия.

### Список литературы:

1. Васильева, А.А. Проблемы внедрения и развития систем менеджмента качества на российских предприятиях / А.А. Васильева, Н.П. Зайцева // В книге: Студенческая наука - первый шаг в академическую науку материалы Всероссийской студенческой научно-практической конференции с участием школьников 10-11 классов. 2017. С. 486-488.

2. Зайцева, Н.П. Бенчмаркинг как элемент повышения конкурентоспособности предприятий АПК / Н.П. Зайцева // В сборнике: Перспективы развития механизации, электрификации и автоматизации сельскохозяйственного производства Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 334-337.

3. Зайцева, Н.П. Методы бенчмаркинга как инструмент в повышении эффективности инновационных процессов в менеджменте / Н.П. Зайцева, П.В.

Зайцев // В сборнике: Учет, анализ и аудит в условиях цифровой экономики Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2018. С. 302-308.

4. Зайцева, Н.П. Оценка конкурентоспособности АО "АККОНД" / Н.П. Зайцева, А.Е. Макушев // В сборнике: Развитие агропромышленного комплекса в условиях цифровой экономики Сборник научных трудов I Национальной научно-практической конференции посвященной 25-летию со дня образования экономического факультета. 2019. С. 94-98.

5. Зайцев, П.В. Стратегическая концепция развития предприятия на примере АО "АККОНД" / П.В. Зайцев, Н.П. Зайцева // В сборнике: Современная аграрная экономика: проблемы и перспективы в условиях развития цифровых технологий Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 146-150

УДК 364.65

## **ЗЕЛЕНЬ ДИЗАЙН ГОРОДА КАК ПРЕДМЕТ ДИАЛОГА ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ И НАСЕЛЕНИЯ**

*Зарубалова Ксения Владимировна, студент-бакалавр  
Тюлю Галина Михайловна, научный руководитель, к.пед.н., доцент  
ФГБОУ ВО ЧГУ, г. Череповец, Россия*

**Аннотация:** в статье рассмотрена проблема сохранения и создания зеленых зон в г. Череповце. Проведен анализ соответствия площади озеленённых территорий существующим нормам озеленения, и показаны пути улучшения имеющихся зеленых парков и зон отдыха. Также выделены породы деревьев и кустарников, посадка которых улучшит эстетическую и экологическую составляющую города.

**Ключевые слова:** зеленые насаждения, норматив озеленения, пространственное развитие, породы деревьев и кустарников.

Зеленый дизайн городов становится в настоящее время объектом внимания органов местного самоуправления и предметом диалога с местным населением в рамках программ создания комфортной среды проживания. В зависимости от назначения населенного пункта, размера территории, климатических условий и т.д. экологи разрабатывают нормы и стандарты его озеленения. Норма зеленых насаждений общего пользования для крупных городов (с населением от 250 до 500 тыс. человек) – 21 кв.м на человека[1].

Развитие города Череповца в последние годы направлено на улучшение качества жизни горожан за счет создания гармоничной архитектурно-пространственной среды, комплексного благоустройства, озеленения,

цветочного, цветового и светового оформления города [2]. По данным Вологдастата, численность постоянного населения города на 1 января 2019 года составила 316 529 человек. Таким образом, город считается крупным. Это означает, что норма зеленых насаждений общего пользования для г. Череповца равна 21 кв.м на человека. В документе «Комплексный план действий по улучшению экологической обстановки, стабилизации и снижению антропогенной нагрузки на окружающую среду города Череповца на 2019-2024 годы» за норматив обеспеченности озелененными территориями общего пользования на 2018 год принята цифра 7,44 кв.м на человека[3]. В соответствии с планом предлагается обеспечить ежегодную высадку зеленых насаждений в границах города Череповца в количестве не менее, чем 2965 шт. в год. Площадь озеленения общегородских территорий планируется увеличить на 279 га. Норматив обеспеченности озелененными территориями общего пользования увеличится на 8, 56 кв.м на человека.

Приведенные данные свидетельствуют о положительной динамике исследуемого показателя. Однако рост норматива наблюдается не только из-за увеличения площади зеленых насаждений в расчете на одного человека, но и за счет снижения численности постоянного населения.

Таблица 1 – Значение показателей по годам реализации

Показатель (индикатор)	Единицы измерения	Базовое значение	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Изменение базового значения к 2024 году
Норматив обеспеченности озелененными территориями общего пользования	Кв.м/чел	7,44	8,86	10,28	11,7	13,12	14,54	16	Увеличение на 8,56 кв.м на 1 чел.
Площадь озеленения общегородских территорий	га	-	45,6	46	46,4	46,5	46,8	47,7	Всего увеличение на 279 га
Количество высаженных зеленых насаждений	шт	2965	2965	2965	2965	2965	2965	2965	-

Следует также отметить, что планируемая обеспеченность озелененными территориями в г. Череповце в 2024 году находится на отметке, которая по-прежнему ниже нормы, установленной для крупных городов.

В настоящее время существуют вызовы, которые препятствуют увеличению площадей зеленых насаждений в городской среде. Главным из них на сегодняшний день является исчерпание территориальных резервов. Поэтому

следует направлять ресурсы на сохранение имеющихся зеленых зон, размещение зеленых насаждений вдоль магистралей, набережных, жилых улиц в виде аллеиных посадок деревьев и кустарников, выполняющих санитарно-гигиеническую и декоративно-планировочную роль. Также решением может стать расположение садов на крышах зданий с насыпным почвенным слоем для произрастания деревьев, кустарников, трав и цветов. Данный метод применяется в европейских городах.

Заягорбский и Зашекснинский районы г. Череповца обладают значительными территориальными ресурсами и возможностями для озеленения. На застраиваемых территориях имеется возможность расположения садово-парковых и рекреационных зон, таких как: парк тихого отдыха и прогулок, который предназначен для пассивного отдыха и прогулок среди природного окружения; сад жилого района – основное звено системы озеленения, предназначен для периодического и повседневного отдыха населения; партерный сад – сад регулярного стиля с доминированием газонных площадей, цветников и водоемов. Также одним из путей решения исследуемой проблемы может стать строительство велодорожек и освещаемых лыжных трасс, по периметру которых могут располагаться зеленые насаждения.

Особое внимание следует уделить породам деревьев и кустарников, посадка которых улучшит не только внешний облик города, но и снизит нагрузку на экологию. Так, для города со сложной экологической ситуацией отлично подходят хвойные породы. Следует создавать небольшие хвойные боры, потому что высадка хвойных растений в виде отдельных деревьев малоэффективна. Также в Череповце необходимы широколиственные породы, такие как клен остролистный, липа мелколистная и крупнолистная, конский каштан, ясень обыкновенный и пенсильванский, которые осаждают на поверхности своего листового аппарата взвешенные в воздухе пылевые частицы, очищая тем самым воздух. Кроме того, лиственные породы поглощают вредные вещества (тяжелые металлы, оксид и диоксид углерода) из воздуха, почвы и воды. С этой ролью очень хорошо справляются лиственницы, как сибирская, так и европейская. Что касается кустарников, то для городских посадок очень хорошо подходят следующие: кизильник, боярышник, барбарис, чугушник (жасмин), спиреи, все семейство дёрен. Эти растения очень пыле и газоустойчивые, а также проявляют устойчивость к особым условиям температурной среды в городе.

Одним из возможных путей создания современного зеленого дизайна городской территории, удовлетворяющего требованиям комфортной среды проживания, становится все более тесный диалог органов местного самоуправления и населения.

### **Список литературы:**

1. Серебренникова, Е.А. Рекреационный потенциал «зеленого каркаса» города [Текст] /Е.А. Серебренникова, А.В. Родин //Проблемы экономического роста и устойчивого развития территорий: мат-лы III международ. науч.-практ. интернет-конф., г. Вологда, 16–18 мая 2018 г.: в 2 ч./ Вологда: ФГБУН ВолНЦ РАН. – Вологда, 2019. – С 123-126
2. Стратегия развития города Череповца до 2022 года «Череповец — город возможностей» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://st.cherinfo.ru/pages/2018/02/21/novaa-strategia-itog2016.docx>
3. Постановление мэрии города Череповца от 21.03.2019 № 1099 «Об утверждении Комплексного плана действий по улучшению экологической обстановки, стабилизации и снижению антропогенной нагрузки на окружающую среду города Череповца на 2019 — 2024 годы» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://st.cherinfo.ru/pages/2019/03/26/prilozenie-k-post-merii-ot-21032019-no-1099.docx>

УДК334.722:63

## ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО БИЗНЕСА

*Зоткина Алина Евгеньевна, студент-бакалавр  
Соколова Алла Павловна, канд. экон. наук, доцент  
ФГБОУ ВО Кубанский ГАУ имени И. Т. Трубилина, г. Краснодар*

**Аннотация:** Рассмотрены современные тенденции, определяющие значимость инновационного развития экономики, определены подходы к определению наиболее перспективных областей деятельности. Определены причины недостаточно высокого внедрения инноваций в аграрный бизнес

**Ключевые слова:** инновации, производительность труда, приоритеты развития, аграрный бизнес.

В условиях современной экономики, отличительными чертами которой является ускорение жизненного цикла продуктов, цифровизация, появление прорывных технологий, инновации становятся драйвером роста компаний, повышения их конкурентоспособности и финансовой устойчивости. Значимость инноваций определяется трендами, которые повлияли на изменение экономического пространства, определили тенденции развития национального хозяйства.

Под инновациями следует понимать новый или существенно улучшенный результат интеллектуальной деятельности, который разработан и внедрен в виде продукта, процесса или бизнес-модели. В результате внедрения инноваций происходит рост эффективности и создается дополнительная ценность, которая



может быть выражена в виде прибыли, рыночного лидерства, качественного превосходства по сравнению с традиционными решениями.

Внедрение инноваций позволяет получить реальные выгоды для частного бизнеса, для общества и для государства в целом. Для частного бизнеса инновации выражаются в росте прибыли, развитии новых направлений деятельности, снижении уровня риска, выходе на новый уровень экономического развития. Выгода для общества проявляется в повышении качества жизни, росте доходов граждан, увеличении занятости при совершенствовании самого трудового процесса. На уровне государства инновации приносят выгоды в виде роста ВВП, диверсификации экономики, достижения более значимого положения в мировом экономическом пространстве, снижения неравенства [4]. Основным источником эффекта, достигаемого на всех уровнях, – рост производительности труда на основе внедрения инноваций.

Для осуществления последовательного инновационного развития следует понимать, какие сферы деятельности являются наиболее привлекательными для получения эффекта инвесторами и для определения направления государственной отраслевой поддержки. Одним из методов определения потенциала развития отраслей является сопоставление уровня производительности труда в различных секторах экономики в РФ и ведущих странах мира. Анализ показал, что наибольший потенциал роста имеется в следующих областях экономики:

- в области научных исследований и разработок: производительность труда составляет 21 % от лидера в этой области – Соединенных Штатов Америки;

- в сельском хозяйстве: производительность труда составляет 25 % от лидера в этой области Австралии.

В других сферах бизнеса уровень отставания от мировых лидеров значительно меньше, что опосредованно свидетельствует о более низком потенциале развития. Например, в области финансовой деятельности производительность труда достаточно близка к уровню лидера (Швеции) – 48 % [1].

Животноводство является одним из наиболее перспективных направлений внедрения инноваций, поскольку продукция отрасли пользуется неизменным потребительским спросом. При этом государство оказывает поддержку животноводам, финансируя приоритетные аграрные проекты, предоставляя льготные кредиты, реализуя программы по страхованию элитного поголовья скота.

Инновации касаются различных областей деятельности животноводческих предприятий. Технологической базой животноводства становятся достижения молекулярной биологии и биотехнологии, генетики и

селекции.

Сегодня успешно реализуется проект «Цифровое сельское хозяйство», упрощая коммуникации аграриев с органами власти. Информационно-коммуникационные технологии создают новые условия для ведения эффективного животноводческого бизнеса. Открывается свободный доступ к получению новых знаний, устойчивым методам ведения бизнеса, охране здоровья животных. Информационные технологии упрощают поиск необходимых средств производства, позволяют получать консультации из самых разных научных источников по вопросам организации технологических процессов. Возникают новые возможности продвижения продукции на рынок, заключения выгодных договоров реализации товаров [3].

В то же время уровень использования новых возможностей является крайне невысоким. Причинами ограниченного проникновения инноваций в животноводческий бизнес являются:

1) финансовые ограничения аграрных предприятий, не позволяющие приобретать современную технику и технологии в желаемых масштабах;

2) отсутствие плотного взаимодействия между научным сообществом, образовательными учреждениями и бизнесом;

3) недостаточно высокий уровень профессиональной подготовки специалистов, что не позволяет гибко реагировать на появление новых возможностей для развития производства;

4) менее привлекательный по сравнению со средним уровнем в стране уровень проживания на селе, включая заработную плату, культурный рост, медицинское обеспечение, профессиональное развитие и прочее [2].

Для ускоренного внедрения в аграрное производство биологических, технологических, технических, коммуникационных инноваций необходимо решить эти проблемы, сделать инновации структурной составляющей стратегии развития предприятия. Животноводство, как и в целом аграрный бизнес, может стать значительно более доходной отраслью, повысить устойчивость и уровень эффективности. Следует лишь целенаправленно и последовательно развивать отрасль, опираясь на достижения в области инновационного развития.

#### **Список литературы:**

1. State of Innovation. – CB Insights University, 2018 г. – <https://www.cbinsights.com/research-state-of-innovation-report>

2. Литвиненко Г. Н. Материальное стимулирование труда работников сельского хозяйства / Г. Н. Литвиненко, А. П. Соколова, А. В. Карманова, Н. Д. Карманова // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ). -Краснодар: КубГАУ, 2017. – №10(134). – С. 801-811.

3. Соколова А. П. Инвестиционная деятельность в АПК: новые возможности и решения / А. П. Соколова, В. Е. Гориславская. КАНТ. – 2014. - № 4(13). – С.25-31

4. Соколова А. П. Использование современных технологий в АПК как фактор повышения эффективности отрасли / А. П. Соколова, Л. Ю. Богинович, Е. А. Кабанник // Экономика и предпринимательство. № 11 (88), 2017. – С. 907-911

УДК 636.2.034

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАО «АТЛАНТ»

*Зюзюн Юлия Сергеевна, студент  
Сырокваш Наталья Александровна, старший преподаватель  
УО «БГАТУ», г. Минск*

**Аннотация:** в статье проанализирована сбытовая деятельность ЗАО «Атлант» и предложены пути ее совершенствования.

**Ключевые слова:** возможности, сбытовая деятельность, маркетинг, рынок сбыта, мероприятия, прибыль.

Успех на рынке в продаже того или иного товара зависит не столько от производственных и финансовых возможностей, сколько от особенностей организации сбытовой деятельности организации.

Совершенствование сбытовой деятельности состоит в том, чтобы доводить товары до потребителя в том месте, в том количестве и такого качества, которые требуются, а также максимально использовать свои возможности для улучшения обслуживания покупателей.

При совершенствовании сбытовой деятельности достижение целей организации происходит через оценку и удовлетворения требований потребителя. В связи с тем, что для розничной торговли в настоящее время характерно снижение спроса, особенно на товары, не являющиеся товарами первой необходимости, многие аспекты деятельности организации нуждаются в тщательном анализе и модернизации. В частности, необходимо совершенствовать сбытовую деятельность, поскольку именно она определяет доходность предприятия. Происходящие на рынке явления обусловлены снижением уровня доходов, а значит и платёжеспособности населения.

В настоящее время для того, чтобы выжить в конкурентной борьбе, нужно иметь эффективную систему маркетинговой службы, обеспечивающей проведение маркетинговых исследований по изучению перспектив спроса,

требований потребителей к свойствам и качеству товара.

Экономика страны в современных условиях нестабильности деловой среды и снижения платежеспособности потребителей характеризуется снижением спроса на продукцию предприятий на внутренних и внешних рынках, а также ужесточением конкуренции.

Главной задачей для предприятия в условиях конкурентного рынка является выбор такой ориентации сбытовой деятельности, которая будет одновременно отвечать и целям бизнеса (получение прибыли), и запросам потребителей (удовлетворение потребности).

ЗАО «Атлант» – юридическое лицо, основным видом деятельности которого является производство бытовой техники (холодильники, морозильники (доля данного вида деятельности в общем объеме выручки за 2018 год составила 58,7 %), автоматические стиральные машины (10,9 %), а также прочих сопутствующих видов деятельности (в частности, производство компрессоров и электродвигателей (4 %).

Валовая прибыль от реализации продукции в 2018 году составила 25744 тыс. руб. (в 2017 году – 32370 тыс. руб.), однако «благодаря» расходам на реализацию, административных расходам и прочим сбытовым издержкам в 2018 году ЗАО «Атлант» получили не прибыль, а убыток в размере 48555 тыс. руб. (в 2017 году – 64328 тыс. руб.).

В числе факторов, повлекших убытки в деятельности предприятия погашение кредита, колебание курса валют, транспортные расходы, реклама и зарплата административного персонала, что во многом связано с удаленностью рынков сбыта от производства (в другие страны).

В связи с чем, одним из предложений совершенствования сбытовой деятельности ЗАО «Атлант» является завоевание новых покупателей на территории Республики Беларусь.

С помощью рекламы необходимо менять традиции по выработке техники: по документам срок эксплуатации холодильника «Атлант» - 10 лет, хотя многие западные и российские производители уже перешли на 5-7-летний срок; по истечении которых ни один производитель не отвечает за изделие и его пожарную безопасность.

Как известно, уже через 5-7 лет холодильник морально устаревает и начинает потреблять больше электроэнергии. Поэтому, во-первых, с помощью рекламных акций необходимо обратить внимание граждан Беларуси о предпочтительности замены холодильников до истечения его официального срока эксплуатации, установив, к примеру, скидки на покупку новой техники взамен старой в зависимости от количества лет выработки. Предприятие же сможет, во-вторых, использовать возвращенные холодильники (до 10-летнего срока) в качестве рекламных действующих образцов, передав их по договору о сотрудничестве (Атлант – холодильник (стиральную машину) безвозмездно,

другая сторона – рекламу, или можно за определенную плату наполнять холодильники сельскохозяйственной продукцией дочерней компании ЗАО «Атлант» ООО «Шапчицы–агро) в организации массового скопления людей (гостиницы, общежития, фитнес-индустрию и т.д.).

В-третьих, количество проданных за 10 лет холодильников (морозильников) (4 млн. штук) примерно равняется количеству домохозяйств в Республике Беларусь (3855016 домохозяйств). Таким образом, можно предположить, что существует практика ныне, один холодильник в домохозяйство, однако только 1млн. домохозяйств состоят из одного человека, остальные из двух и более. Значит, если трудовые ресурсы в Беларуси в 2018 году составляли 5730 тыс. человек, следовательно, количество проданных холодильников за 10 лет можно увеличить, исходя из количества платежеспособных лиц, больше чем 1,5 млн. штук.

Таким образом, проводя рекламные кампании, направленные на увеличение спроса на бытовую технику белорусского производителя ЗАО «Атлант» внутри страны, можно усовершенствовать сбытовую деятельность предприятия и увеличить эффективность продаж за счет отсутствия необходимости производить расходы на сбыт продукции за пределами страны-производителя в прежних объемах.

Расширение рынков сбыта планируется за счет проведения следующих мероприятий:

— выход на другие регионы, использование одноуровневого канала распределения, а также двухуровневого за счет создания и укрепления дилерских отношений на основе организации своего представительства;

— осуществление поиска новых покупателей по разработанной дислокации магазинов в других странах-соседях;

— проведение со всеми службами предприятия целенаправленной деятельности по вытеснению (уменьшению доли) с рынка страны продукции конкурирующих предприятий.

#### **Список литературы:**

1. Беларусь в цифрах – статистические сборники. – Минск, 2020 – URL: [www.belstat.gov.by/](http://www.belstat.gov.by/) [Электронный ресурс] – Дата обращения : 27.02.2020.
2. Консолидированная финансовая отчетность ЗАО «Атлант» за 2018 год. – URL: [atlant-finance.by/](http://atlant-finance.by/)[Электронный ресурс ] – Дата обращения : 28.02.2020. – Минск, 2020

УДК 339.138:637.14.005

## **СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРЕДПОЧТЕНИЙ МОЛОЧНОЙ**

## ПРОДУКЦИИ В ГЕРМАНИИ И РОССИИ

*Игитханян Давид Агасиевич, студент - магистр*  
*Фатеева Наталия Владимировна, старший преподаватель*  
*ФГБОУ ВО Вологодская ГМХА, г. Вологда - Молочное*

**Аннотация:** в статье проанализированы предпочтения студентов (покупателей) молочной продукции в Германии и России

**Ключевые слова:** молочная продукция, Россия, Германия, студенты

Цель исследования: изучение потребительского спроса на молочную продукцию, проведение социологического анкетирования, внесение результатов сводок и группировки данных, полученных в ходе проведения массового опроса.

География исследования: с. Молочное Вологодская ГМХА им. Н.В. Верещагина; г. Клеве Высшая школа Прикладных наук Рейн-Ваал.

Период исследования: 12 октября-23 ноября 2019 г.

В ходе проведения анкетирования были опрошены по 30 студентов в немецком и российском вузах.

Главной задачей данного исследования является выявление различий или сходства в предпочтениях и критериев выбора потребителей молочной продукции в разных странах. Значительную часть опрошенных (84%) составляют студенты в возрасте 20-35 лет, из которых 75% составляют мужчины (рисунок 1).

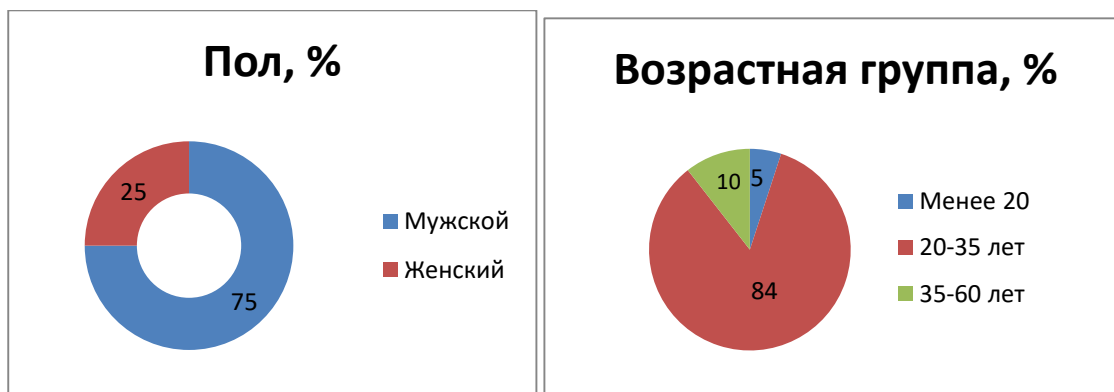


Рис. 1 Пол и возраст опрошенных студентов ФРГ и РФ

В обеих странах большая часть опрошенных предпочитает приобретать молочную продукцию в супермаркетах, с периодичностью раз в неделю (рисунок 2).

В Германии все опрошенные студенты приобретают молочные продукты раз в неделю, в России 67 % студентов покупают молочную продукцию тоже раз в неделю, остальные - ежедневно.

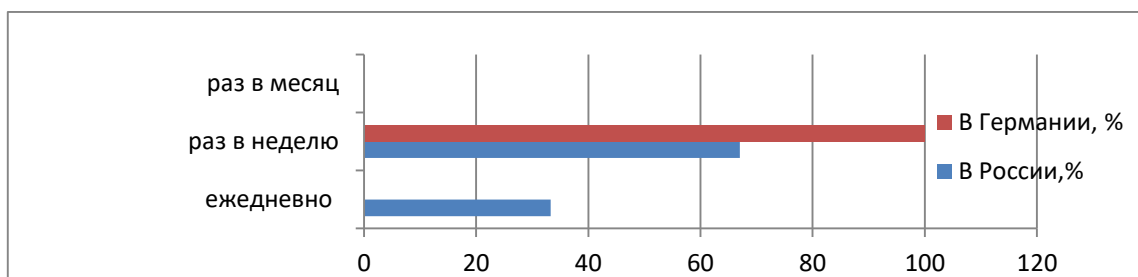


Рис.2 Периодичность приобретения

При покупке молочных продуктов для российских студентов наиболее важными факторами являются вкусовые качества (78%), приемлемая цена (67%), известность марки (44 %) и доступность товара (67%).

Для немцев важны те же факторы плюс репутация производителя (45%), но в отличие от наших граждан их не сильно волнует цена (9%) и известность марки (0%) (рисунок 3).

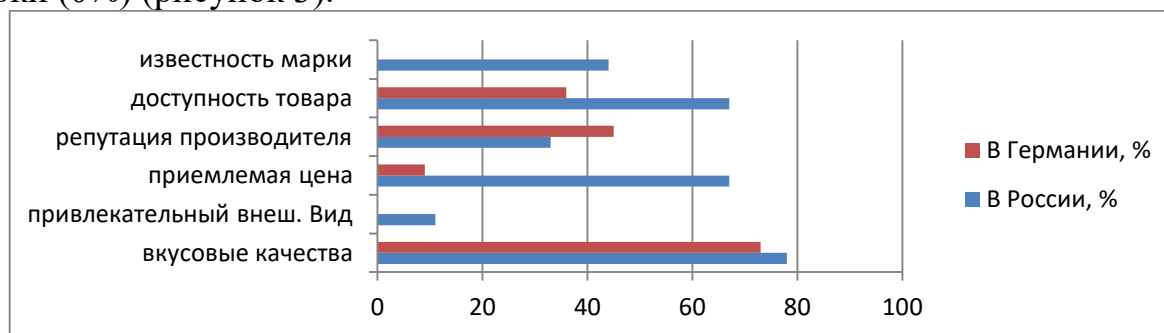


Рис. 3 Наиболее значимые факторы при покупке молочных продуктов

Для из полученных данных, стало известно, что 55% немецких студентов приобретает молочную продукцию за месяц на сумму менее 25 евро, тогда как в России за этот период тратят до 20-30 евро (около 1700 руб.) (55%) (рисунок 4). Данный факт свидетельствует о популярности молочной отрасли среди русского общества.

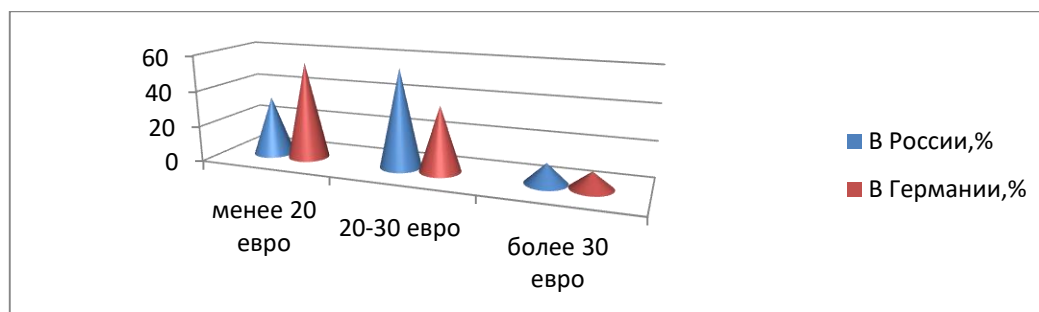


Рис. 4 Сумма затрат на покупку молочных продуктов за месяц

При выборе торговой точки студенты в обеих странах руководствуются в большей степени такими показателями как уровень цен (60-70%), место расположение (45-55%) и качество продукции (45-80%) (рисунок

5).

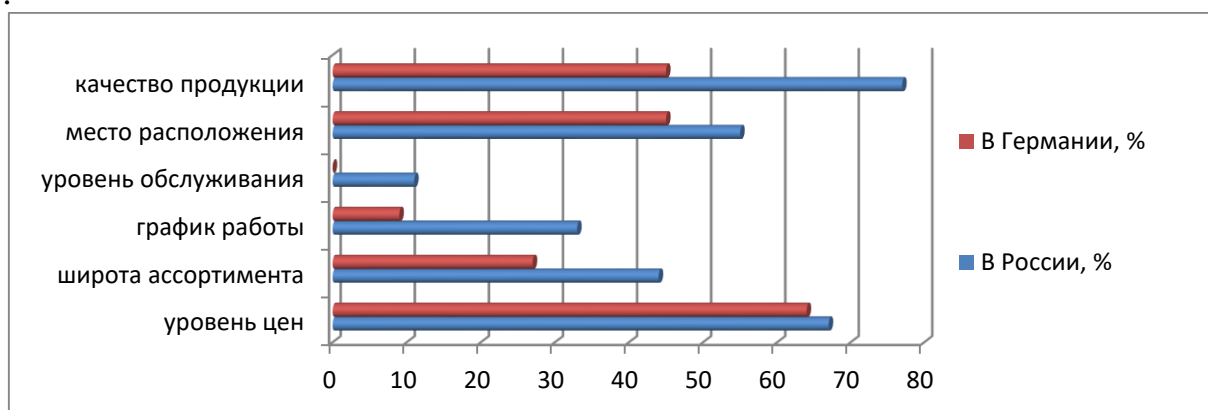


Рис. 5 Влияние показателей на выбор торговой точки

Из опроса выяснилось, что студентов Вологодской ГМХА (67 %) полностью устраивает качество молочных продуктов местных производителей, тогда как немецкие продукты полностью удовлетворяют студентов в г. Клеве лишь на 36 %.

Из данной диаграммы (рисунок 6) можно понять, что в общем и целом предпочтения русских и немецким студентов совпадают.

В обеих странах опрошенные любят употреблять кисломолочные продукты (65-80%) и сыры (75-90%). Можно отметить, что в Германии непопулярны молочные консервы и сухие молочные продукты среди студентов (14%).

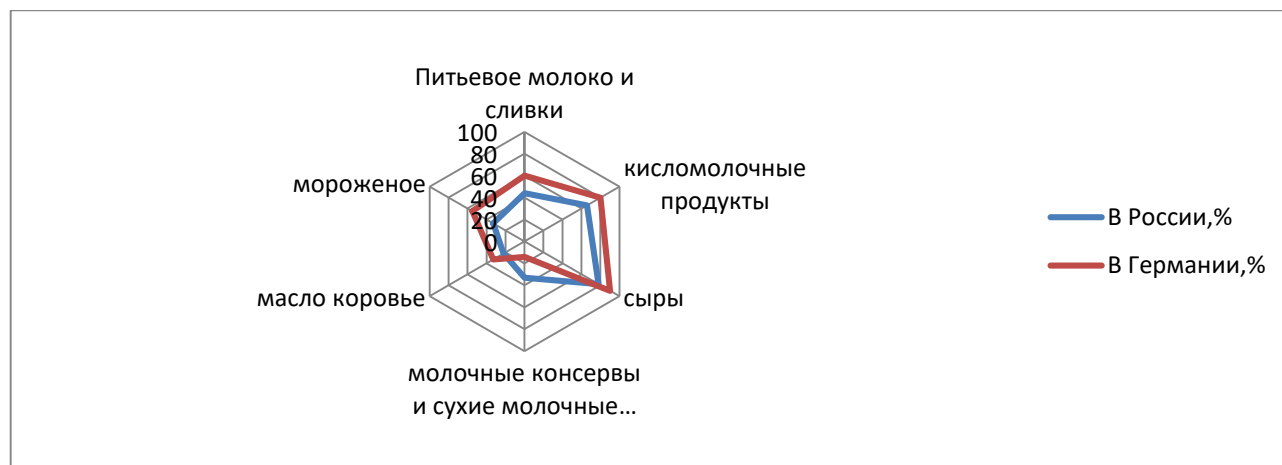


Рис. 6 Подгруппы молочных товаров, предпочитаемые к употреблению

На взгляд большинства опрошенных российских студентов (78%) молочная продукция узнаваема и пользуется устойчивым спросом из-за наличия регионального бренда (78%), улучшения дизайна и качества (56%), а по мнению большинства студентов из Германии главные критерии: производство экологически чистых продуктов (65%), реклама (54%) и цена (54%) (рисунок 7).



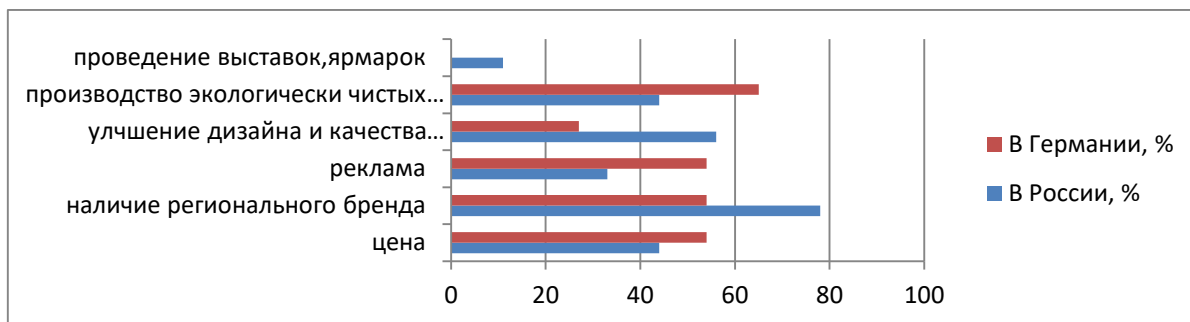


Рис. 7 Факторы, позволяющие продукции быть узнаваемой и пользоваться устойчивым спросом

Таким образом, проведенные маркетинговые исследования и анализ полученных данных показали несущественные различия в предпочтениях студентов Вологодской ГМХА и Высшей школы Прикладных наук Рейн-Ваал.

### Список литературы:

1. Шишигин М.С., Фатеева Н. В., Носкова В. И. Маркетинговые исследования рынка кисломолочной продукции в г. Вологда. По материалам международных студенческих научно-практических конференций. Инновации студентов в области ветеринарной медицины биологии, экологии и зоотехнии. Современные проблемы товароведения, товарный консалтинг и экспертиза товаров. Режим доступа [https://med-books.info/gigiena-sanepidkontrol\\_733/marketingovyie-issledovaniya-ryinka-55001.html](https://med-books.info/gigiena-sanepidkontrol_733/marketingovyie-issledovaniya-ryinka-55001.html)

УДК 658.5.012.7

## ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЛИНГА КАК ИНСТРУМЕНТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЯНОЙ ОТРАСЛИ

*Касьянова Е.В., студент-специалист*

*Чугаева Ю.А., к.э.н, доцент*

*Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина, г. Краснодар*

**Аннотация:** В статье рассмотрены теоретические основы использования контроллинга на предприятиях нефтегазового комплекса, указаны его функции и сферы применения. Отмечены особенности использования системы контроллинга в области экономической безопасности нефтяных компаний. Доказана эффективность использования контроллинга в различных функциональных областях деятельности компаний нефтяной отрасли с целью обеспечения экономической безопасности.

**Ключевые слова:** волатильность, контроллинг, риски, экономическая

безопасность.

Основой экономического развития Российской Федерации является нефтегазовый комплекс. В условиях нестабильности внешней среды, которая характерна для деятельности российских нефтедобывающих компаний, особое значение приобретает использование контроллинга, который позволяет обеспечить прозрачность управленческой деятельности, создать информационную основу для принятия управленческих решений, сформировать полноценную систему контроля за достижением целей компании [1].

Нефтяные компании относятся к высокодоходному сегменту промышленности РФ, однако необходимо отметить, что для данной отрасли характерны следующие виды рисков:

- волатильность цен на нефть;
- высокий износ основных фондов;
- значительный уровень аварийности;
- ухудшение геополитической ситуации;
- высокая степень истощаемости нефтяных месторождений;
- низкий уровень развития нефтесервисных услуг;
- высокая степень зависимости от иностранных инвестиций;
- дефицит высококвалифицированных специалистов;
- ограниченный доступ к инфраструктуре.

Основной задачей экономической безопасности является предотвращение реализации рисков и минимизация их последствий [6].

Контрольные процедуры, входящие в комплекс контроллинга, обеспечивают своевременное выявление рисковозных возможностей компаний нефтяной отрасли.

В теории и практике управления до сих пор не сложилось единого мнения о том, что представляет из себя контроллинг. На наш взгляд, контроллинг – система информационного обеспечения управленческого персонала, инструмент оповещения посредством управления системой ключевых показателей, управление системой реализации стратегического и оперативного планирования [5].

Контроллинг включает в себя следующие этапы: планирование, согласование, утверждение, учет; отчетность, анализ, принятие решений [3].

При применении контроллинга в нефтегазовых компаниях следует учитывать ряд особенностей их деятельности, среди которых:

- регулирование деятельности российских компаний нефтегазового комплекса со стороны государства;
- преимущественно холдинговая структура нефтяных компаний;
- значительные масштабы производства;

– большая длительность производственного цикла, что приводит к высокой капиталоемкости, длительному сроку окупаемости капитальных инвестиций, необходимости использования долгосрочных горизонтов планирования;

– постоянный рост затрат на осуществление добычи и транспортировки углеводородов в связи с расширением деятельности в более сложных природно-климатических и горно-геологических условиях;

– зависимость от колебаний цен на мировом рынке углеводородов;

– высокий уровень рисков деятельности [4].

Всё это делает применение системы контроллинга в нефтегазовых компаниях более актуальным, так как позволяет повышать эффективность управленческих процессов в условиях необходимости постоянной адаптации к меняющимся условиям мирового и национального рынков.

Целью использования системы контроллинга в нефтегазовых компаниях является системно-интегрированная информационная, аналитическая, инструментальная и методическая поддержка управляющего звена для обеспечения долгосрочного существования и развития предприятия. Построение контроллинга в нефтегазовых предприятиях должно осуществляться в различных сферах, например, для управления издержками компании, контроля за промышленной безопасностью, совершенствования логистических процессов [3].

Регулярное использование контрольных процедур в компаниях нефтяной отрасли обеспечит экономическую безопасность и устойчивое развитие предприятий [5]. Для дальнейшего повышения результативности предприятий нефтедобывающего комплекса внедрение контроллинга и дополнение его новыми функциями в различных функциональных областях и бизнес-процессах является одним из важнейших условий успешного развития и повышения конкурентоспособности российской нефтедобывающей промышленности.

### **Список литературы:**

1. Жирова Е.И., СеленчукЖ.О. Контроллинг как инструмент системы управления промышленной безопасностью на предприятиях нефтегазового комплекса // Актуальные вопросы права, экономики и управления: сборник статей XI Международной научно-практической конференции: в 3 частях. – 2017. – С. 164-167.

2. КарминскийА.М., Фалько С.Г., ЖевагаА.А., Иванова Н.Ю. Контроллинг : учебник под ред. А.М. Карминского, С.Г. Фалько. – 3-е изд., дораб. – М.: ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. – 336 с.

3.ЛантухЭ.Р. Элементы системы инвестиционногоконтроллинга для нефтеперерабатывающей компании // Актуальные проблемы современной когнитивной науки: сборник статей Международной научно-практической

конференции, 2018. – С. 60-63.

4. Официальный сайт ПАО «НК «Роснефть» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rosneft.ru> (дата обращения: 31.01.2020).

5. Чугаева, Ю.А. Доверие инвестиционного сообщества как условие качественного корпоративного управления / Ю. А. Чугаева, И. В. Снимщикова // Общество: Политика, Экономика, Право. – 2011. – № 2. – с. 90-92.

6. Шевкуненко М.Ю., Мельников А.Б. Криминализация функционирования агропромышленного комплекса как угроза экономической безопасности России // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2019. – №79 – С. 33-38

УДК 631.816:631.421

## **ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВОЙ МАРКИРОВКИ**

*Коваленко Анастасия Федоровна, студент  
Пашкова Екатерина Сергеевна, старший преподаватель  
Белорусский государственный аграрный технический университет*

**Аннотация:** Грамотно выполненная маркировка товара, способствует успеху продаж и повышению конкурентоспособности товара. Маркировка способна сокращать и даже предотвращать оборот нелегальной продукции.

**Ключевые слова:** Цифровая маркировка, честный знак, защита продукции.

В условиях насыщения продовольственного рынка товарами потребителю пока еще сложно ориентироваться в конкурентных преимуществах продажного ассортимента продуктов питания. Грамотно выполненная маркировка товара, информирующая потребителя о его свойствах, основных характеристиках и отличительных особенностях, способствует успеху продаж и повышению конкурентоспособности товара.

Потребители хотят покупать и потреблять здоровые, безопасные продукты питания и платить за них дороже при условии получения достоверной информации об их качестве и безопасности. В этом потребителю должна помочь маркировка. Маркировка относится к средствам товарной информации и в ней наибольший удельный вес приходится на основополагающую и потребительскую информацию, а самый низкий – на коммерческую.

Маркировка – это нанесение условных знаков, букв, цифр, графических знаков или надписей на объект с целью его дальнейшей идентификации (узнавания), указания его свойств и характеристик. [1]

Выделяют важнейшие функции маркировки: информационную, идентифицирующую, мотивационную, функциональную. Среди них информационная функция – основная. Так же к маркировке предъявляются общие и специфические требования. Общие требования – достоверность, достаточность, доступность. Специфические требования – четкость, наглядность и однозначность текста; достоверность относительно количества, качества, использование несмываемых красителей.

Маркировка способна сокращать и даже предотвращать оборот нелегальной продукции. Для этого многие страны создали национальные системы цифровой маркировки и прослеживаемости товаров. В этом случае маркировка означает прикрепление к каждому продаваемому в рознице товару специального кода, который поможет проследить, кто его производитель и как этот товар перемещался на пути от производителя до магазина, где он продается.

Ведущие позиции в области цифровой маркировки занимает Северная Америка, Европа и Китай. Цифровая маркировка востребована в производстве и реализации продуктов питания. Имеется значительное количество технологий прослеживаемости и среди них большую популярность получила маркировка, связанная с 2D – матрицей.

Экономический эффект от принятия цифровой маркировки, согласно исследованиям, значителен: в странах, где внедрена цифровая маркировка, количество фальсификата снижается на 30-40%. В ЕС цифровая маркировка внедряется уже в течение 7 лет, и применяется централизованная модель: IT-система принадлежит государству, сервисы, связанные с формированием кодов, предоставляются оператором, который также контролируется государством. Например, в США действует децентрализованный рынок, где шесть компаний на коммерческих условиях предоставляют сервисы прослеживаемости, а государство не контролирует базу данных.

На сегодняшний день в России внедряется система цифровой маркировки и прослеживаемости товаров – «Честный знак». Честный знак присваивается каждой единице товара. Цифровой код, защищенный криптографией, который невозможно подделать. Код товара состоит из двух частей – кода идентификации и кода проверки. Внедрение цифровой маркировки будет основано на двух принципах: первый основан на исключительном праве государства по доступу к агрегируемым данным и программному обеспечению; второй обеспечивает недискриминационный доступ к данным, хранящимся в системе, на бесплатной основе. [2]

Цифровая маркировка продуктов питания только начинает развиваться на евразийском рынке, но это – гарантия подлинности продукта и подтверждение его качества и безопасности для потребителей. Грамотно выполненная маркировка товара способствует успеху продаж. Сегодня потребитель зачастую

встречается с ситуацией, когда невозможно прочесть маркировочную информацию на товаре из-за размера шрифта, контрастности основного фона и цвета шрифта, и все это снижает конкурентоспособность товара и не удовлетворяет запрос потребителя на получение достаточной, достоверной и доступной информации.

Вывод: Внедрение цифровой системы маркировки выгодно государству (оно сможет повысить собираемость налогов и сделать рынок прозрачным), легальные производители увеличат свою выручку из-за роста доли рынка, а потребитель сможет доверять качеству и безопасности купленного товара.

В современных условиях производители стремятся привлечь внимание покупателей к своим товарам с помощью упаковки и маркировки для увеличения доли продаж.

### Список литературы:

1. Пашкова Е.С. Маркировка товара как составная часть сбытовой политики предприятия. Доклады международной НПК «Переработка и управление качеством сельскохозяйственной продукции» 21-22 марта 2013 г., изд. БГАТУ, 2013 г., с. 90-92.

2. Маркировка – цифровой код честного бизнеса // Молочная промышленность, 2019, № 1. -с. 14-16

УДК 630\*662.1:657.471.1

## СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ

*Козел Дарья Андреевна, студент-бакалавр  
Боровская Марина Евгеньевна, ст. преподаватель  
БГТУ, г. Минск (Беларусь)*

**Аннотация:** в статье рассматриваются виды запасов, их классификация по видам производств и по отношению к процессу производства; обосновывается необходимость разработки системы управления запасами, приводятся примеры технологических систем и дается их характеристика.

**Ключевые слова:** организация, запас, управление, система, расходы, классификация, процесс производственный, потери, планирование, контроль.

Понятие материального запаса является одним из ключевых. Создание запасов всегда связано с расходами предприятия. Рациональное управление запасами позволяет обеспечить бесперебойность производственного и торгового процесса при минимальных расходах на содержание запасов

В процессе деятельности возникают следующие виды запасов:

– производственные запасы. Находятся на предприятиях всех отраслей, предназначены для производственного потребления. Целью их создания является обеспечение ритмичного функционирования производственного процесса;

– товарные запасы. Представляют собой уже готовую продукцию, предназначенную для конечного потребителя, а также запасы, находящиеся на пути следования товара от поставщика к потребителю, т.е. на предприятиях оптовой, мелкооптовой и розничной торговли, в заготовительных организациях и запасы в пути.

Товарные запасы подразделяются на товарные средства производства и товарные предметы потребления [1].

Производственные и товарные запасы делятся на:

– текущие запасы. Обеспечивают непрерывность производственного или торгового процесса между очередными поставками [2];

– страховые запасы. Обеспечивают материалами или товарами производственный и (или) торговый процесс в случае непредвиденных обстоятельств;

– сезонные запасы. Появляются при сезонном характере производства, потребления или транспортировки [3].

По отношению к производству материальные запасы разделяют на:

– переходящие. Обеспечивают непрерывность производственного или торгового процесса от начала периода до момента поставки очередной партии товара;

– подготовительные. Это часть текущих запасов, которые требуют дополнительной подготовки перед использованием их в производственном или торговом процессе;

– неликвидные. Это запасы, неиспользуемые длительное время производственные или товарные запасы;

– запасы в пути и др. Запасы в пути – это запасы, находящиеся на момент учета в процессе транспортировки.

Эффективное управление запасами позволяет организации удовлетворять или превышать ожидания потребителей, создавая такие запасы каждого товара, которые максимизируют чистую прибыль.

Отсутствие необходимого объема запасов приводит к расходам, которые приводят к потерям:

– потери от простоя производства;

– потери от упущенной прибыли из-за отсутствия товара на складе в момент возникновения повышенного спроса;

– потери от закупки мелких партий товаров по более высоким ценам;

– потери потенциальных покупателей и др.

Для эффективного управления запасами существуют системы,

помогающие его осуществлять.

Система управления запасами – это комплекс мероприятий по созданию и пополнению запасов, организации непрерывного контроля и оперативного планирования поставок. [2]

Применяются технологические системы управления запасами:

- система управления запасами с фиксированным размером заказа;
- система управления запасами с фиксированным интервалом времени между заказами;
- система с установленной периодичностью пополнения запасов до установленного уровня;
- система «максимум-минимум».

Система с фиксированным размером заказа.

Эта система проста и является своего рода классической. В данной системе размер заказа на пополнение запаса является постоянной величиной. Заказ на поставку продукции осуществляется при условии уменьшения имеющегося на складах логистической системы запаса до установленного минимального порогового уровня, который называют «точкой заказа».

Система с фиксированным интервалом времени между заказами.

В системе с фиксированной периодичностью заказа заказ делают в строго определенные моменты времени, которые отдалены один от одного на равные интервалы, например, 1 раз в месяц, 1 раз в неделю, 1 раз в 14 дней и т.п. Регулирующими параметрами данной системы является максимальный размер запаса и фиксированный период заказа, т.е. интервал между двумя заказами или очередными поступлениями партий.

Система с установленной периодичностью и пополнению запасов до установленного уровня.

Основными параметрами в этой системе являются:

- период времени между заказами;
- пороговый уровень запасов.

Заказы производятся не только в установленные моменты времени, но и при достижении порогового уровня запаса. Если размер запаса снижается до минимального уровня раньше наступления срока подачи очередного заказа, то делается внеочередной заказ.

Система «максимум-минимум».

В данной системе используется стабильный интервал времени между заказами. Система «минимум-максимум» ориентирована на ситуацию, когда расходы на учет запасов и расходы на оформление заказа настолько значительны, что становятся сравнимыми с затратами от дефицита запасов. Поэтому в данной системе заказы возникают не через заданные интервалы времени, а только при условии, что запасы на складе в этот момент оказались равны или меньше, чем установленный минимальный уровень. В случае выдачи



заказа его размер рассчитывается так, чтобы поставка пополнила запасы до максимального уровня. Таким образом, данная система работает лишь с двумя уровнями запасов – минимальным и максимальным, чем и обусловлено ее название [4].

#### **Список литературы:**

1. Логистика. Под ред. Б. А. Аникина. М.: ИНФРА-М, 1999. 327 с.
2. Плоткин Б.К. Управление материальными ресурсами. – Л.; 1991. – 80 с.
3. Ефимова О. В. Финансовый анализ. М.: Изд-во «Бухгалтерский учет», 1999. 352 с.
4. Сергеев В.И. Логистика в бизнесе. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 680с.

УДК 65.014.1

### **АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ОСНОВНОГО ПРОИЗВОДСТВА ПАО «СЕВЕРСТАЛЬ»**

*Красовский Максим Сергеевич, студент 4 курса  
Васильцов Виталий Сергеевич, д.э.н.*

*ФГБОУ «Череповецкий государственный университет», г. Череповец*

**Аннотация:** Данная статья посвящена анализу и оценке эффективности управленческой структуры коксоаглодоменного производства ПАО «Северсталь».

**Ключевые слова:** менеджмент персонала, технологии управления, производственный менеджмент.

Оценка эффективности организационной структуры предприятия является важным элементом разработки проектных и плановых решений, позволяющим определить уровень прогрессивности действующей структуры [2].

Для анализа организационной структуры управления было выбрано коксоаглодоменное производство ПАО «Северсталь».

Основные задачи КАДП состоят в производстве коксохимической продукции, агломерата и чугуна соответствующего объема, качества, стоимости, а также в обеспечении безопасности производственных процессов КАДП. Организационная структура КАДП построена по поточному принципу управления и содержит в себе единый циклический поток от подготовки сырья до выплавки чугуна. Такой принцип организации производства позволяет снять межструктурные конфликты подразделений и добиться снижения себестоимости производства чугуна.

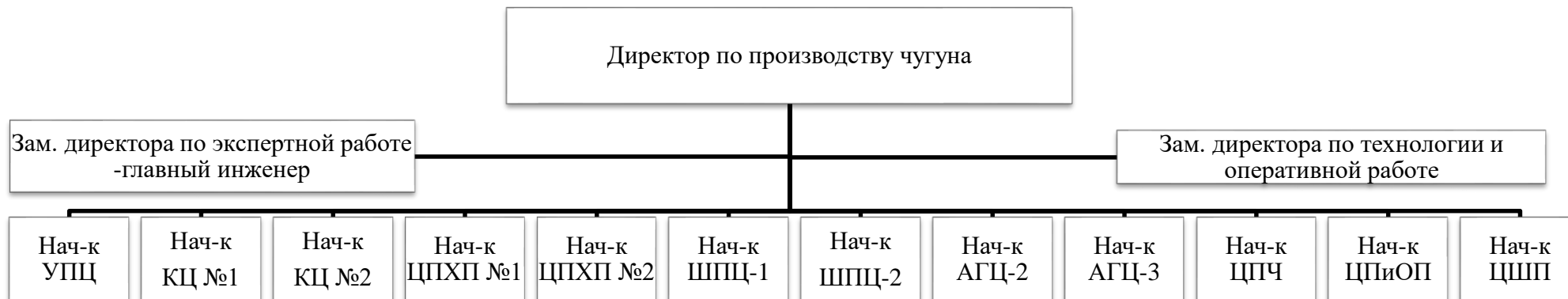


Рисунок 1 – Уровень начальников цехов в организационной структуре КАДП

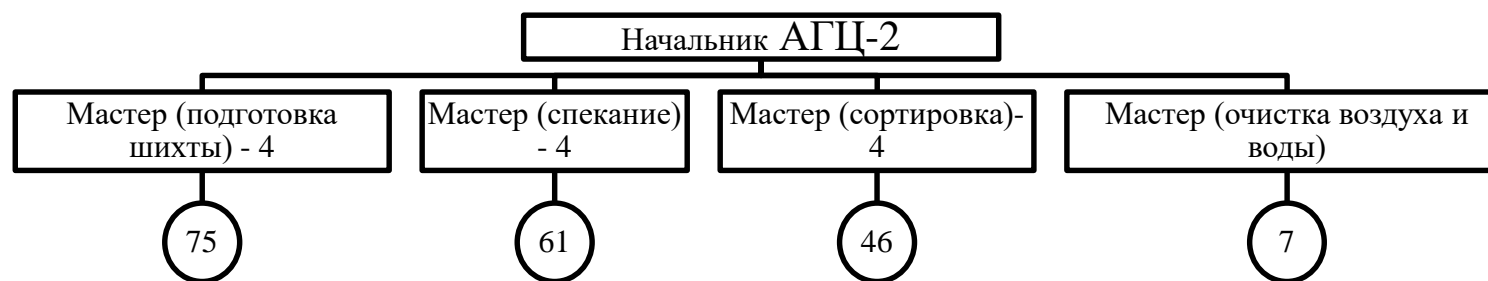


Рисунок 2 – Уровень мастеров АГЦ-2 в организационной структуре КАДП

Организационная структура поддерживает выполнение целей подразделения, которые зафиксированы в должностных обязанностях руководителей всех уровней управления. Также существуют механизмы контроля на уровне начальников цехов.

В организационной структуре управления КАДП выделено производственное и экспертное направления. Производственное – представлено цехами, каждый из которых имеет свою определенную спецификацию. Главным элементом структуры управления является директор по производству чугуна (рис.1). Ему в свою очередь подчиняются начальники всех цехов коксоаглодоменного производства, а также зам. директора по экспертной и оперативной работе. Рассмотрим подчиненность на уровне мастеров на примере агломерационного цеха № 2.

Как видно по рисунку 2 в подчинении начальника агломерационного цеха № 2 находятся: 4 мастера (подготовка шихты), 4 мастера (спекание), 4 мастера (сортировка) и один мастер очистки воздуха и воды. В кружках указано количество рабочих, которые подчиняются каждому мастеру.

Рассмотрим подчиненность в экспертном блоке по направлению агломерат.

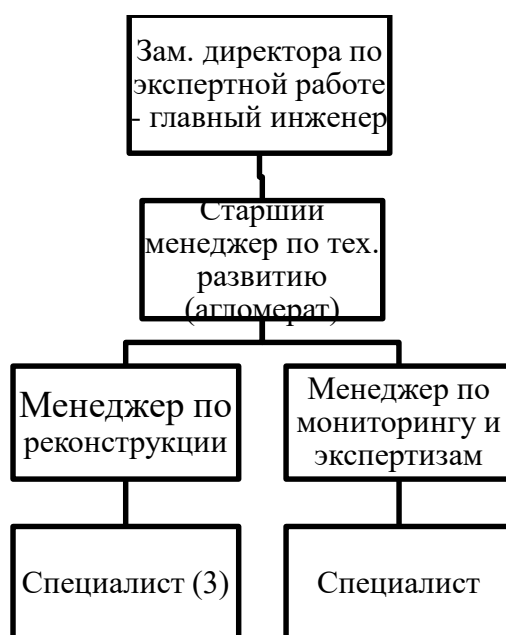


Рисунок 3 – Подчиненность в экспертном блоке по направлению агломерат

Как видно по рисунку 3 зам. директору по экспертной работе подчиняется старший менеджер по технологическому развитию направления агломерат. В свою очередь в подчинении старшего менеджера находятся менеджер по реконструкции и менеджер по мониторингу и экспертизам. Этим двум менеджерам подчиняются специалисты.

В целом организационная структура КАДП является линейно-функциональной.

Проведем оценку эффективности текущей организационной структуры

управления коксоаглодоменного производства.

Штатная численность коксоаглодоменного производства составляет 2551 шт.ед., что является оптимальным для данного типа орг. структуры.

Существует два основных индикатора эффективности организационных структур управления:

- количество уровней управления;
- норма подчиненности на каждом уровне управления.

Количество уровней управления в организационной структуре КАДП составляет:

- в цехах – 4 (директор, начальник цеха, мастер, рабочие);
- в экспертном блоке – 5 (директор, зам. директора, старший менеджер, менеджер, специалист);
- в оперативном блоке – 5 (директор, зам. директора, старший менеджер, менеджер, специалист).

Такое количество уровней управления является оптимальным, при численности сотрудников 2551 человек, исходя из принципов, описанных в книге «Правильная организация».

Допустимое количество подчиненных на уровне директора и ниже составляет 7-12 человек. Количество непосредственных подчиненных директора по производству чугуна составляет 15, что является больше допустимого значения и снижает эффективность управления.

Допустимое количество рабочих в непосредственном подчинении у линейного руководителя, т.е. мастера должно составлять 15-20+ человек. В целом в структуре управления коксоаглодоменного производства данное правило соблюдается.

Однако количество сотрудников, которые подчиняются мастерам в цехах КАДП является ненормированным. Например, мастеру в коксовом цехе №1 подчиняется 136 рабочих, а мастеру ШПЦ всего 40 человек.

Анализ организационной структуры управления КАДП и оценка ее эффективности показали, что:

1. Организационная структура КАДП построена по поточному принципу управления и содержит в себе единый циклический поток от подготовки сырья до выплавки чугуна;

2. Организационная структура соответствует целям коксоаглодоменного производства, позволяет снять межструктурные конфликты подразделений и добиться снижения себестоимости производства чугуна;

3. В структуре отдельно выделены производственное и экспертное направления;

4. Численность подразделения является оптимальной для линейно-функционального типа структуры управления;

5. Количество уровней управления при численности подразделения 2551

человек является оптимальным;

6. Количество непосредственных подчиненных у директора по производству чугуна превышает допустимое значение, тем самым снижая эффективность управления;

7. Количество подчиненных в цехах является ненормированным.

#### Список литературы:

1. Файоль А. Общее и промышленное управление. Перевод на русский язык: Б. В. Бабина-Кореня. — М., 1923. // Режим доступа: [<http://gtmarket.ru/laboratory/basis/5783>].

2. Брусов, П.Н. Финансовый менеджмент. Финансовое планирование: Учебное пособие / П.Н. Брусов, Т.В. Филатова. - М.: КноРус, 2016. - 228 с.

3. Официальный сайт ПАО «Северсталь» [Электронный ресурс] / Режим доступа: [URL: <https://www.severstal.com>].

УДК 631.816:631.421

### УЛУЧШЕНИЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОЗНАНИИ ПОТРЕБИТЕЛЯ (НА ПРИМЕРЕ УПП «ГЛУБОКСКИЙ МОЛОЧНОКОНСЕРВНЫЙ КОМБИНАТ»)

*Кривёнок Екатерина Дмитриевна, студентка-бакалавр  
Карпенко Елена Михайловна, д.э.н., профессор  
Белорусский государственный университет, г. Минск*

**Аннотация.** Глубокский молочноконсервный комбинат является одним из крупнейших производителей сгущённого молока в Республике Беларусь, главным экспортным направлением которого является Российская Федерация. Предприятие позиционируется в сознании потребителей исключительно как производитель сгущённого молока, в то время как остальная продукция предприятия также соответствует высоким качественным и вкусовым характеристикам. В связи с этим была проведена оценка показателей позиционирования предприятия и предложено мероприятия для его улучшения.

**Ключевые слова:** молочная продукция, сознание потребителей, улучшение позиционирования, кобрендинг, здоровый образ жизни.

Позиционирование предприятия заключается в действиях по разработке имиджа предприятия, направленных на то, чтобы занять обособленное благоприятное место в сознании целевой группы потребителей. Говоря о позиционировании, следует определить существующую позицию предприятия в сознании потребителя.

Построив карты позиционирования УПП «Глубокский молочноконсервный комбинат» на рынках г. Глубокое и г. Минска был сделан вывод, что в основном предприятие воспринимается потребителями только как производитель сгущённого молока, отсюда возникает проблема однобокого позиционирования предприятия. Оно заключается в слишком узком представлении потребителей о предприятии.

Далее была проведена оценка позиционирования предприятия на основных рынках сбыта продукции с помощью определения уровня показателей позиционирования предприятия. Результаты оценки позиционирования предприятия представлены в Таблице 1.

На рынке Минской и Витебской области продукции УПП «Глубокский МКК» представлено значительно меньше, чем на рынке г. Глубокое, именно поэтому уровни эксклюзивности (приверженности) и интенсивности столь незначительны (ур. эксклюзивности по Минской обл. – 0,09, по Витебской – 0,29, ур. интенсивности – 0,10 и 0,30 соответственно). В то же время потребители на рынке других областей абсолютно не привержены продукции предприятия. Об этом говорят низкие значения коэффициентов (0,05). Однако уровень узнаваемости на всех рынках высок, что говорит о существующих конкурентных преимуществах отдельных товаров МКК, в частности сгущённого молока.

Таблица 1 - Результаты оценки позиционирования УПП «Глубокский молочноконсервный комбинат»

Значения на основных рынках	Показатели				
	Уровень проникновения	Уровень интенсивности	Уровень эксклюзивности	Уровень представленности	Уровень узнаваемости
Рынок г. Глубокое	0,94	0,75	0,75	1,00	1,00
Рынок Минской области	0,54	0,10	0,09	0,64	0,96
Рынок Гомельской области	0,45	0,05	0,05	0,49	0,95
Рынок Могилёвской области	0,45	0,05	0,05	0,50	0,97
Рынок Витебской области	0,60	0,30	0,29	0,70	0,99

*Источник: собственная разработка*

В ходе работы были предложены мероприятия по улучшению стратегии позиционирования предприятия. В качестве возможного пути совершенствования позиционирования была предложена стратегия по

продвижению здорового образа жизни населения через потребление молочной продукции.

Предложенное мероприятие заключается в продвижении семейного отдыха, которое основано на сотрудничестве УПП «Глубокский МКК» с конкретными спортивными комплексами и базами отдыха. Согласно условиям предлагаемого мероприятия, за определённое количество приобретённой продукции Глубокского МКК потребители смогут получить скидку для всей семьи на спортивных объектах. Основной задачей данного кобрендинга является повышение интереса у существующих и потенциальных потребителей к продукции МКК за счёт получения выгод в виде скидок на семейный отдых и формирование здорового образа жизни через потребление молочной продукции.

По предполагаемым подсчётам мероприятие может привести к значительному росту продаж продукции МКК, увеличению прибыли (на 76,82 - 82,57 тыс. бел. руб.), развить лояльность потребителей в краткосрочной и долгосрочной перспективе, улучшить позиционирование предприятия в сознании потребителей.

Проведение мероприятия, описанного выше, приведёт к формированию в сознании потребителя образа МКК, связанного с поддержанием семейных ценностей и формированием здорового образа жизни семей. Для поддержания такого образа, на мой взгляд, наиболее успешным будет проведение ежегодного турслёта среди студентов и школьников старших классов, который будет организовывать МКК совместно с другими молочными предприятиями Витебской области. Для большей эффективности, предприятия молочной продукции могут организовать турслёт совместно с учебными заведениями Витебской области.

Проведение такого мероприятия не требует больших вложений денежных средств, так как расходы будут делиться на всех организаторов мероприятия (было выбрано 15 предприятий-организаторов). Примерные расходы на проведение мероприятия представлены в Таблице 2.

Таблица 2 – Расходы на проведение мероприятия

Расходы	Сумма в расчёте на 200 участников, BYN
Расходы на транспорт	1000
Установка зон активности	3000
Кейтеринг	2000
Гонорар артистам	2000
Аренда звукового оборудования на день	1000
Бонусы организаторам	2000
Подарки участникам	1000
<b>Итого:</b>	<b>12000</b>

Источник: собственная разработка

Расходы, которые понесёт каждый из организаторов:  $12000/15=800$  BYN.

Как видим, сумма для каждого предприятия-организатора получается достаточно небольшая, в то время как выгоды значительно превосходят затраты. Данное мероприятие будет способствовать поддержанию здорового образа жизни молодого населения страны, а также оно поможет МКК занять определённое место в сознании потребителей, что приведёт в будущем к увеличению объёма продаж и потребления молочной продукции МКК.

УДК 331.108.26

## **КВАЛИФИКАЦИЯ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР КАДРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ГРАНД БАЙКАЛ»**

*Лаврентьев Григорий Игоревич, студент  
Попова Ирина Владимировна, кандидат экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВО Иркутский ГАУ г. Иркутск*

**Аннотация:** В статье раскрыто понятие, охарактеризованы угрозы и факторы кадровой безопасности на предприятии. Также освещены вопросы квалификации персонала, рассмотрены квалификационные характеристики кадров в ООО «Гранд Байкал». Кроме того, установлена взаимосвязь между квалификацией персонала и обеспечением кадровой безопасности на предприятии.

**Ключевые слова:** квалификация персонала, кадровая безопасность, факторы и угрозы кадровой безопасности, повышение квалификации

Тема статьи представляется актуальной, поскольку, в современных условиях, важнейшей составляющей обеспечения кадровой безопасности является высокий уровень профессиональной надежности сотрудников, который складывается из высоких квалификационных характеристик.

Квалификация персонала – это определенный уровень подготовленности работника, наличие у него таких знаний, умений и навыков, которые позволяют ему выполнять свою работу быстро и качественно.

Кадровая безопасность является процессом, который направлен на предупреждение либо ликвидацию различных негативных воздействий на деятельность предприятия со стороны персонала. Данные воздействия проявляются в виде угроз, как внешних, так и внутренних, обусловленных влиянием различных факторов, связанных с персоналом, его квалификационным потенциалом и трудовыми отношениями в целом. Следовательно, в рамках системы кадровой безопасности реализуются мероприятия с целью минимизации рисков данных угроз [4].



Как справедливо отмечает Н.В. Кузнецова, «обеспечение кадровой безопасности должно являться приоритетной задачей служб управления персоналом при реализации функций управления персоналом...технологии противодействия угрозам кадровой безопасности пронизывают все функции управления персоналом» [1].

Итак, одна из основных задач службы управления персоналом предприятия ООО «Гранд Байкал» заключается в выявлении негативных факторов со стороны персонала, а также, в случае если таковые обнаружены, последующей выработке комплекса мер, направленных на их устранение. Одним из значимых факторов, который может нанести предприятию ущерб, можно отметить квалификацию персонала, а именно, несоответствие квалификации работников требованиям к должности, неэффективная организация системы повышения квалификации персонала и т.д.[3].

Постоянные организационные изменения, недостаток навыков персонала, рост требований к выполняемым задачам и функциям вызывают необходимость в постоянном развитии и повышении квалификации персонала.

В связи с этим, следует проанализировать квалификационные характеристики персонала предприятия. Структура кадров по уровню образования и по занимаемым должностям в компании «Гранд Байкал» в 2017-2019 году представлена в таблице 1.

Таблица 1 - Характеристика качества персонала компании «Гранд Байкал»

Категории работников	Годы						2019 г. к 2017 г.	
	2017		2018		2019		в %	(+, -)
	чел.	%	чел.	%	чел.	%		
Категории работников по уровню образования								
Среднее специальное	59	24,4	57	23,8	58	24,5	98,3	-1
Высшее	183	76,6	183	76,2	179	75,5	97,8	-4
Категории работников по занимаемым должностям								
Руководители	22	9,1	22	9,2	22	9,3	100	0
Основной персонал	207	85,6	205	85,4	203	85,7	98,1	-4
Специалисты	10	4,1	10	4,2	9	3,8	90	-1
Вспомогательные рабочие-повременщики	3	1,2	3	1,2	3	1,2	100	0
Всего	242	100,0	240	100,0	237	100,0	97,9	-5

Анализ характеристики персонала в компании «Гранд Байкал» по профессиональной направленности показал, что в исследуемом периоде серьезных изменений в профессиональной структуре кадров не произошло. Вместе с тем, из данных таблицы видно, что наиболее быстрыми темпами падает число сотрудников с высшим образованием. Это может быть связано с тем, что сотрудники с высшим образованием не задерживаются на данном предприятии. Также следует отметить, что на предприятии возрастает доля сотрудников со средним образованием в 2019 г. она составила 24,5%. Доля

сотрудников с высшим образованием имеет тенденцию к снижению, если в 2017 г. она составляла 76,6%, то в 2019 г. составила уже 75,5% от общего числа сотрудников. Данный факт может оказывать негативное влияние на кадровую безопасность предприятия.

В связи с этим, для того, чтобы минимизировать риски угроз кадровой безопасности, важно уделять внимание одному из немаловажных факторов, влияющих на качественный состав трудовых ресурсов, таковым является повышение квалификации.

Так, следует достаточно большое внимание уделять вопросу подготовки специалистов из числа студентов ВУЗов, проходящих практику в ООО «Гранд Байкал». Впоследствии, по окончании учебных заведений часть студентов, проходивших практику на предприятии, придут работать в уже знакомый коллектив, что положительно отразится на кадровой безопасности.

Обучение и повышение квалификации, как одна из основных составляющих работы с персоналом, направлено на результаты предприятия и на каждого сотрудника. Высокая эффективность обучения достигается в основном за счет передачи сотруднику знаний и навыков, необходимых для его результативной и качественной работы.

Одной из распространённых угроз, исходящих от персонала с недостаточной квалификацией, является нецелевое использование рабочего времени, не выполнение или недобросовестное исполнение работником поставленной задачи, что напрямую влияет на финансовый результат. И чем шире производство или крупнее организации, тем меньше становится возможность отслеживания рабочего процесса [2].

В связи с тем, что уровень квалификации работников оказывает влияние на кадровую безопасность предприятия, а в конечном итоге – на прибыль предприятия, следует особое внимание уделять вопросам развития системы обучения и подготовки персонала в ООО «Гранд Байкал». Так, за 2019 г. прошли обучение 33 работника: 5 руководителей, 8 специалистов, 20 основных рабочих. По нашему мнению, целесообразно продолжать этот процесс, и увеличить количество сотрудников, которым следует повысить квалификацию, поэтому в 2020 г. необходимо направить на обучение различным направлениям 43 работника: 9 руководителей, 10 специалистов, 24 основных рабочих.

Таблица 2 - Развитие показателей процесса обучения и повышение квалификации персонала ООО «Гранд Байкал»

Показатели	2019 г.	2020 г.	Изменение(+,-)
Число работников прошедших обучение и повышение квалификации, чел., в.т.ч.:	33	43	10
Руководители	5	9	4
Специалисты	8	10	2

## Окончание таблицы 2

Показатели	2019 г.	2020 г.	Изменение(+,- )
основной персонал	20	24	4
Совокупные затраты на подготовку, переподготовку и повышение квалификации персонала, тыс. руб.	770,4	1079,3	308,9
Затраты на подготовку, переподготовку и повышение квалификации персонала на 1 работника, тыс. руб.	23,3	25,1	1,8

В результате численность работников, повысивших квалификацию и прошедших дополнительное обучение, увеличится с 33 до 43 чел. При этом, следует увеличить совокупные затраты на подготовку, переподготовку и повышение квалификации персонала в ООО «Гранд Байкал» с 770,4 тыс. руб. до 1079,3 тыс. руб. В итоге, на предприятии увеличится число квалифицированных сотрудников, что положительно скажется на обеспечении кадровой безопасности. Следует отметить, что вложения в обучение и повышение квалификации кадров способствуют повышению производительности труда в среднем в 1,3 раза.

Таким образом, подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что уровень квалификации персонала оказывает влияние на кадровую безопасность предприятия и финансовые показатели предприятия. Для того, чтобы минимизировать риски кадровой безопасности, важно уделять внимание формированию качественного состава трудовых ресурсов, с соответствующими параметрами профессиональной надежности, которая выражается в достаточном уровне знаний и профессиональной подготовки сотрудников, а также владении необходимой квалификацией и опытом. В свою очередь, этому способствует система повышения квалификации персонала.

### Список литературы:

1. Кузнецова Н.В., Тимофеева А.Ю. Факторы угроз кадровой безопасности организации // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. 2017. № 1 (38). С. 88-96.
2. Попова И.В. Тунгускова Ю.А., Персонал, как основная опасность на предприятии/ Издательство ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ/ Сборник статей по материалам научной студенческой конференция «Современные проблемы и перспективы развития агропромышленного комплекса региона»/ Новосибирск - 2019 г.
3. Романова Ю.А. Анализ и оценка кадровой составляющей экономической безопасности предприятия // Экономический журнал. 2019. № 29. С. 40-51.
4. Сафонов П.А. Кадровая безопасность в системе конкурентных преимуществ и недостатков современной организации // Молодой ученый. 2017. № 13. С. 361-365.

## **РОЛЬ СЛУЖБЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ПОДБОРЕ И ПРИЕМЕ НА РАБОТУ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Малашенко Екатерина Дмитриевна, студент-специалист*

*Пригожин Вячеслав Львович, к.э.н., доцент*

*Иркутский государственный аграрный университет имени А.А. Ежевского,  
г. Иркутск, Россия*

**Аннотация:** Экономическая безопасность предприятия в значительной степени зависит от того, как оно работает в условиях неопределенности, экономического риска и конкуренции. Вопрос обеспечения экономической безопасности в условиях конкуренции актуален для большинства российских компаний. Кадровая политика персонала занимает центральное место в системе экономической безопасности организации. В статье рассмотрена роль службы экономической безопасности в подборе и приеме на работу персонала предприятия.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, служба экономической безопасности, персонал предприятия, прием на работу, подбор персонала.

«Кадры решают всё» - это известное высказывание, которое всегда будет актуально. Одной из главных проблем, с которой сейчас сталкивается любое предприятие, является безопасность.

Многие проблемы предпринимателей с точки зрения обеспечения безопасности их бизнеса связаны с ошибками (а иногда - со злонамеренными действиями) сотрудников. Хотя сговор сотрудников с преступным сообществом встречается не очень часто, утечка конфиденциальной информации из-за безответственности персонала широко распространена.

Поэтому роль службы экономической безопасности в процедуре подбора персонала является одной из важнейших составляющих отечественного бизнеса.

Служба экономической безопасности (СЭБ) является структурной единицей предприятия, участвующей в производственно коммерческой деятельности. Правовую основу функционирования службы обеспечивает закон РФ от 11.03.1992 г. № 2487-1 «О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации» [1].

Финансирование службы экономической безопасности (СЭБ) осуществляется из прибыли. Экономия на СЭБ, как правило, оборачивается гораздо более крупными потерями.

Кадровая безопасность является одним из важных направлений деятельности службы экономической безопасности предприятия. Основной

целью безопасности кадров и экономической безопасности в целом является обеспечение стабильного функционирования предприятия, снижение внешних и внутренних угроз [3, с. 41].

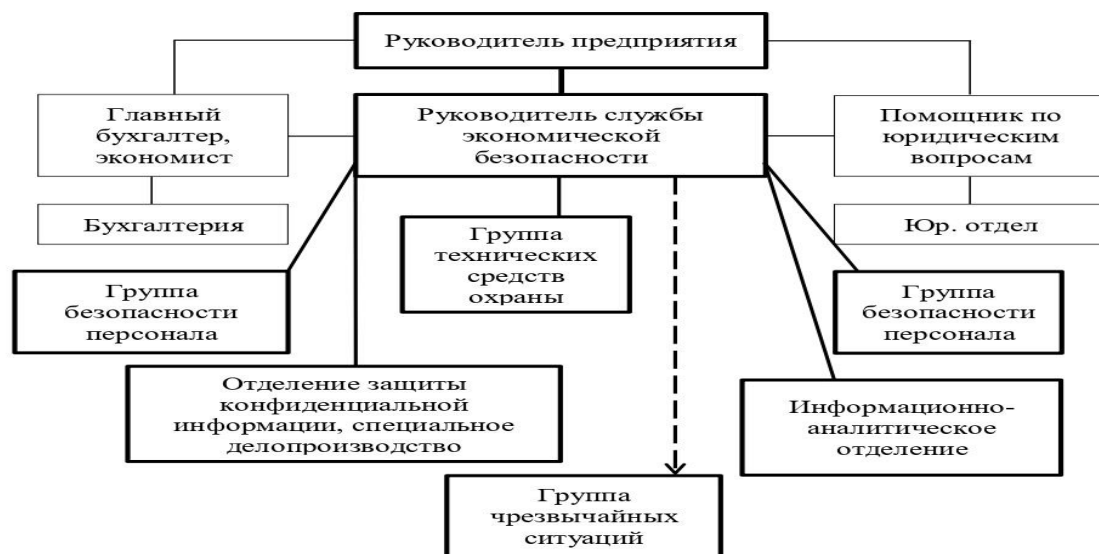


Рисунок 1 - Примерная структура службы экономической безопасности предприятия

В настоящее время чаще встречаются случаи, когда преступным группам удается устраивать своих людей на предприятия в качестве вспомогательного персонала (уборщики, шоферы и т.д.). Через этих людей преступники получают доступ к ежедневным операциям менеджеров и ключевых специалистов, получению денег (перевод, транспортировка, хранение) и другим коммерческим операциям, связанным с материальными ценностями. Поэтому важной задачей для коммерческих организаций является предотвращение проникновения информаторов, связанных с преступными группировками [2, с. 167].

Особого внимания требует обстановка в планово-финансовых службах, сотрудники которых занимаются организацией кредитно-финансовой деятельности и в наибольшей степени осведомлены о ресурсной ситуации на предприятии, предстоящих переговорах и встречах руководителей их возможных поездках и т.п.

Вот почему рекрутинг (подбор сотрудников) - это искусство. Поиск сотрудников должен начинаться с отбора кандидатов внутри и за пределами организации с учетом конкретных требований.

Если должность требует высоких профессиональных навыков, то используется конкурсная система подбора персонала.

Существует два вида угроз: внешние и внутренние. В большей степени именно внутренние угрозы связаны с персоналом. Это могут быть как умышленные, так и неосторожные действия работников, которые приводят к ущербу для предприятия (рис. 2).



Рисунок 2–Внутренние и внешние угрозы экономической безопасности

Таким образом, основным ресурсом в организации является персонал, чем совершеннее в процесс найма персонала и чем больше средств руководство вкладывает в лояльность, тем дешевле будет обходиться контроль. Кадровая безопасность — это не только результат, достигнутый за один раз, но и стабильность работы, достижение основных задач организации и, конечно же, своевременность распознавания и предотвращения серьезных и нежелательных операций со стороны сотрудников компании.

#### Список литературы:

1. О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: ФЗ 11.03.1992 г. № 2487-1 – ФЗ. - Электрон. текстовые дан. // КонсультантПлюс : справ. правовая система.
2. Дятлов В.А. Управление персоналом / А.Я. Кибанов. - М.: ПРИОР. - 2010. – 321 с.
3. Парушина Н.В., Лытнева Н.А. Анализ эффективности использования

трудовых ресурсов и фонда заработной платы организации /Н.В. Парушина, Н.А. Лытнева // Аудитор. – 2016. – №8. – С. 38-47.

УДК 330.131.7

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

*Марченко Юрий Александрович, студент-магистр  
Гайдук Владимир Иванович, д.э.н., профессор  
ФГБОУ ВО Кубанский ГАУ им. И.Т. Трубилина, г. Краснодар*

**Аннотация:** На данном этапе трансформационных преобразований, агропромышленный комплекс Российской Федерации, наряду с другими секторами народного хозяйства, занимает одну из важнейших позиций в экономике страны. Обеспечивая продовольственную безопасность РФ, АПК находится в достаточно уязвимом состоянии. В АПК имеются свои риски, которые значительно сказываются на ведении и результатах предпринимательской деятельности субъектов, занимающихся сельским хозяйством.

**Ключевые слова:** АПК, риск, управление рисками, сельскохозяйственные организации

В мире сейчас достаточно нестабильная внешнеэкономическая и внешнеполитическая ситуация. Однако, несмотря на введённые санкции и эмбарго, направленные на ослабление экономики РФ, в настоящее время аграрный сектор экономики страны имеет при этом достаточное пространство для развития.

Подобные ситуации вводят в заблуждение экономических субъектов, часть из которых, видят возможности, но недооценивают возможные риски, а часть переоценивают вероятность появления рискованных ситуаций и не предпринимают никаких серьёзных действий, упуская достаточно реальные возможности для расширения своей деятельности.

Под рисками стоит понимать все возможные неблагоприятные обстоятельства, связанных с состоянием неопределённости, которым может быть подвергнута производственная деятельность экономического субъекта. Разные риски могут привести к разным степеням потери эффективности ведения хозяйственной деятельности, вплоть до полного сворачивания деятельности и банкротства. Сельскохозяйственные предприятия подвержены определённым рискам, наиболее частые по возникновению и их описание представлены в таблице 1.

Количество рисков очень велико, каждый из представленных рисков имеет свои вариативные особенности, поэтому управление рисками на предприятии является сложным и многосторонним процессом.

Развитие сельскохозяйственного сектора требует не только постоянного внедрения НИОКР и ускорения НТП, что также связано с определёнными рисками, но и развитой системы управления рисками для сельскохозяйственных организаций, т. е. развития механизмов по предотвращению или снижению вероятности возникновения рисков ситуаций при ведении хозяйственной деятельности. Для многих предприятий это является достаточно сложной задачей.

Таблица 1 – Характеристика наиболее встречающихся рисков, связанных с ведением сельскохозяйственной деятельности предприятием

Риски деятельности	Описание
Региональный риск (природно-естественный)	-связан с региональными особенностями климата, в котором предприятие ведёт свою хозяйственную деятельность;
Законодательный риск (политический)	-подобные риски возникают при изменении и внесении поправок в законодательные акты, которые касаются финансово-хозяйственной деятельности организации; - могут возникать при изменении политического климата в стране и регионе;
Организационный риск	-является результатом функционирования самого предприятия; -может быть связан со стратегией предприятия, принципами его деятельности, имеющимися ресурсами и их использованием и т.д.
Маркетинговый риск	-определяется рыночными условиями, в которых находится предприятие;
Производственный риск	-обусловлен освоением новой техники, технологии и осуществлением производственной деятельности;
Рыночный риск	-возникает при изменении рыночных цен и ценовых индексов, процентных ставок, курсов валют;
Имущественный риск	-связан с вероятностью потери активов

Аграрному бизнесу должны оказывать поддержку государство и муниципальные органы [2,3,4], действует Программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы [1].

Важно сконцентрировать исследования на решении проблем, связанных с разработкой новых или совершенствованием существующих механизмов управления рисками в сельскохозяйственных предприятиях. Управления рисками на предприятии при правильном и последовательном выполнении каждого этапов, работает достаточно эффективно.

Стоит упомянуть ещё несколько рисков, связанных с ведением хозяйственной деятельности в АПК. Прежде всего, следует отметить



отраслевые риски, возникшие вследствие недостаточного инвестирования АПК на протяжении как минимум десяти последних лет. Инвесторов отпугивают особенности ведения аграрного предпринимательства, что связано с долгой окупаемостью инвестиций и высокими отраслевыми рисками. Также есть правовые риски, связанные с изменением налогового законодательства. Ухудшение налогового положения предприятия снижает эффективность ведения хозяйственной деятельности, что в свою очередь увеличивает срок окупаемости инвестиций. Сельское хозяйство недополучает необходимую поддержку, без которой в данной отрасли невозможно не только качественное развитие, но и поддержание предприятий в стабильном положении.

Для того чтобы снизить риски для аграрных предприятий, необходимо принять следующие меры:

- ввести гибкие налоговые каникулы для начинающих сельхозтоваропроизводителей, которые будут зависеть от первичного инвестиционного плана предприятия, что позволило бы более эффективно привлекать инвесторов;

- предусмотреть применение увеличения налоговых льгот для инновационных предприятий, занимающихся или вкладывающих свои средства в научные исследования и развитие НТП.

Необходимо принимать решительные меры по трансформации АПК, направленные на минимизацию рисков.

#### **Список литературы:**

1. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы (утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 14 июля 2012 г. № 717).

2. Багмут, С.В. Управление рисками в аграрном предпринимательстве региона/В.И. Гайдук, С.А. Калитко, С.В. Багмут // АПК: экономика, управление. –2012. – № 10. –С. 41–45.

3. Гайдук, В.И. Хозяйственные риски в аграрном предпринимательстве / В.И. Гайдук, С.А. Калитко, Е.В. Попова// Труды Кубанского государственного аграрного университета. –2011. –№ 4 (31). –С. 23–27.

4. Трубилин, А.И. Страхование как метод нейтрализации рисков в АПК /А.И. Трубилин, В.И. Гайдук, С.А. Калитко// Труды Кубанского государственного аграрного университета. –2012. –№ 1 (34). –С. 7–10.

УДК 339.137.2:339.37

## **ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

## ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

*Мохова Наталья Вадимовна, студентка*

*Сорокина Ирина Эдуардовна, к.э.н., доцент*

*БПОУ ВО «Вологодский аграрно-экономический колледж», г. Вологда*

**Аннотация:** В статье анализируется конкурентоспособность торговой организации Вологодской области ИП Роздухов М.Е., разработаны меры по ее повышению, которые легли в основу программы развития.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, торговая организация, комплекс маркетинга, программа развития.

Разработка мероприятий по усилению конкурентных позиций осуществляется после оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта. Конкурентоспособность организации – способность выпускать и продавать конкурентоспособные товары [1,2]. Является оценочной величиной. Основными конкурентами ИП Роздухов М.Е. («Макси») на территории г. Вологды являются АО «Тандер» Магнит (объединяет 43 супермаркета, 2 магазина «Магнит Семейный», 15 магазинов «Магнит Косметик», 1 «Магнит Оптима»), Гипермаркет Лента «Lenta Ltd», «X5 Retail Group» (45 магазинов «Пятерочка» в различных районах г. Вологды), супермаркет «Перекресток».

Для оценки конкурентоспособности ИП Роздухов М.Е. проведен анализ с применением метода «4 Р», основанный на личных наблюдениях (таблицы 1-5). В листы конкурентоспособности по 2-бальной шкале занесены оценки по каждому фактору (продукт, цена, продвижение на рынке, каналы сбыта).

Таблица 1 – Оценка конкурентоспособности ИП Роздухов М.Е. по фактору «PRODUCT» (продукт)

Факторы	ИП Роздухов М.Е.	АО «Тандер» Магнит	Гипермаркет «Лента»	«X5 Retail Group»
Ассортимент	2	1	2	2
Сопутствующие товары	2	1	2	1
Качество обслуживания	2	1	1	1
Сумма баллов	6	3	5	4

Данные оценки конкурентоспособности по фактору «1Р» (продукт) свидетельствуют, что ИП Роздухов М.Е. имеет явное преимущество перед конкурентами по всем характеристикам. «X5 Retail Group» обладает высокими позициями по ассортименту, но по качеству обслуживания уступает «Макси». Гипермаркет Лента по ассортименту и сопутствующим товарам может конкурировать с «Макси», но отстает по качеству обслуживания. АО «Тандер» Магнит по всем характеристикам получил оценки меньше, чем у конкурентов.

Таблица 2 – Оценка конкурентоспособности ИП Роздухов М.Е. по фактору «PRICE» (цена)

Факторы	ИП Роздухов М.Е.	АО «Тандер» Магнит	Гипермаркет «Лента»	«X5 Retail Group»
Уровень цены	2	1	1	1
Скидки с цены	2	2	1	2
Оплата пластиковой картой	2	2	2	2
Сумма баллов	6	5	4	5

Анализ показывает, что ИП Роздухов М.Е. имеет преимущество перед конкурентами. АО «Тандер» Магнит и X5 Retail Group уступают по уровню цены. Гипермаркет «Лента» отстает от конкурентов уровнем цен и скидками.

Таблица 3 – Оценка конкурентоспособности ИП Роздухов М.Е. по фактору «PLACE» (регион и каналы продаж)

Факторы	ИП Роздухов М. Е.	АО «Тандер» Магнит	Гипермаркет Лента	«X5 Retail Group»
Районы сбыта	1	2	1	2
Число покупателей	1	2	1	2
Сумма баллов	2	4	2	4

Проведенный анализ (таблица 3) показывает, что ИП Роздухов М.Е. и гипермаркет «Лента» уступают по числу покупателей и району сбыта. «АО Тандер» Магнит и «X5 Retail Group» обладают преимуществами перед конкурентами по всем характеристикам.

Таблица 4 – Оценка конкурентоспособности ИП Роздухов М.Е. по фактору «PROMOTION» (продвижение на рынке)

Факторы	ИП Роздухов М.Е.	АО «Тандер» Магнит	Гипермаркет «Лента»	«X5 Retail Group»
Связи общественностью (PR)	1	1	1	1
Реклама	2	2	1	2
Стимулирование продаж	2	2	2	2
Личные продажи	2	1	1	1
Сумма баллов	7	6	5	6

Результат сравнительной оценки конкурентоспособности фирм по фактору «4P» (продвижение на рынке), представленный в таблице 4, выявил, что ИП Роздухов М.Е.» по характеристикам: реклама, стимулирование продаж, личные продажи имеет высшие оценки, но уступает по связям с общественностью (PR). У «Гипермаркета «Лента» рекламная деятельность на низком уровне, но стимулирование продаж наравне с конкурентами. АО «Тандер» Магнит и «X5 Retail Group» имеют большие оценки, чем Гипермаркет Лента, но меньшие, чем ИП Роздухов М.Е.

Данные итоговой таблицы 5 свидетельствуют, что у ИП Роздухов М.Е. преимущество перед конкурентами по характеристикам «Продукт», «Цена», «Продвижение», но позиции по показателю «Каналы сбыта» ниже, чем у АО «Тандер» Магнит и «X5 Retail Group». АО «Тандер» Магнит имеет меньшие оценки, чем «X5 Retail Group», но большие, чем Гипермаркет «Лента», у которого наименьший уровень конкурентоспособности.

Таблица 5 – Интегральная оценка конкурентоспособности ИП Роздухов М.Е.

Факторы	ИП Роздухов М. Е.	АО «Тандер» Магнит	Гипермаркет «Лента»	«X5 Retail Group»
PRODACT	6	3	5	4
PRICE	6	5	4	5
PLACE	2	4	2	4
PROMOTION	7	6	5	6
Сумма баллов	21	18	16	19

На основе оценки конкурентоспособности ИП Роздухов М.Е. нами разработан комплекс мер и мероприятий, повышающих конкурентоспособность торговой организации (табл. 6), которые легли в основу программы его развития [3].

Таблица 6 – Программа развития предприятия торговли

Направления	Меры	Эффект
Работа с поставщиками	Поиск новых каналов поставки	Появление новых надежных партнеров и закупка товара по выгодным ценам
Ценовая политика	Снижение цен	Рост продаж
Качество обслуживания	Обучение сотрудников	Улучшение имиджа перед покупателями
Районы сбыта	Освоение новых районов сбыта	Рост прибыли
Рекламная деятельность	Размещение рекламы на автобусах и телевидении	Повышение узнаваемости организации и привлечение новых клиентов
Работа с социальными сетями	Проведение розыгрышей в социальных сетях	Привлечение новых клиентов и повышение доверия населения

Для усиления конкурентных позиций ИП Роздухову М.Е. рекомендуются:

1. Элемент комплекса маркетинга продукт (товар): поиск новых каналов сбыта; улучшение качества обслуживания (обучение сотрудников).

2. Элемент комплекса маркетинга цена: увеличение скидок на определенный ассортимент на время акций; снижение цен.

3. Элемент комплекса маркетинга регион и каналы продаж: увеличение числа покупателей; освоение новых районов сбыта.

4. Элемент комплекса маркетинга продвижение на рынке: заключение договоров с агентствами на промоакции; распространение листовок со сниженными ценами; размещение рекламы на автобусах; проведение

розыгрышей в социальных сетях и др.

### **Список литературы:**

1. Парамонова Т.Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли: учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. – М.: КНОРУС, 2015.
2. Сорокина И.Э. Конкурентоспособность хлебопекарных предприятий потребительской кооперации в современных условиях: монография. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2009.
3. Сорокина И.Э. Услуги розничной торговли: тенденции трансформации / И.Э. Сорокина, Л.П. Дашков // Экономические системы, 2016. – №2. – С.27-32.

УДК 658.8.012.12

## **ЦЕЛИ И РЕЗУЛЬТАТЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АГРАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Ндери Шибани, студент-магистрант  
Сабетова Татьяна Владиславовна, к.э.н., доцент  
ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, г. Воронеж*

**Аннотация:** Автор данной статьи выделил основные задачи, ради решения которых проводится оценка и анализ конкурентоспособности предприятий, причем предложил делить их на две укрупненные группы: внешние и внутренние задачи. Главной же целью оценки названо формирование информационной базы для построения стратегии приобретения и развития конкурентных преимуществ компании.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность предприятия, цели и задачи, процедура оценки, результат

Состояние конкуренции является нормальным для рыночного устройства экономики. Это вызывает интерес исследователей и практиков к данному аспекту бизнеса, а потому академическая литература богата работами, посвященными вопросу конкурентоспособности различных объектов, в том числе предприятий и организаций, который для них является одним из основных, обеспечивающих их выживание и успешную работу. Анализ всего многообразия определений конкурентоспособности приводит нас к выводу о наличии общего ядра данного понятия во всех них. Конкурентоспособным называют объект, способный выдержать или фактически выдерживающий конкуренцию, при этом как минимум сохраняющий экономическую жизнеспособность, а как максимум – расширяющий свою сферу влияния и

повышающий успешность своей деятельности.

Сопоставляя разработанные методики оценки конкурентоспособности предприятия, можно указать, что такая оценка представляет собой калькуляцию ряда показателей, подобранных таким образом, чтобы отражать все основные аспекты деятельности организации, определяющие ее жизнеспособность, адаптивность и преимущества по сравнению с подобными ей, а также последующую интерпретацию результатов [4].

Однако подбор показателей для анализа возможен на основе понимания задач процедуры оценки конкурентоспособности организации, которые, на наш взгляд, можно разделить на задачи, направленные внутрь оцениваемой компании, и задачи, направленные на совершенствование ее деятельности во внешней по отношению к ней среде [5]. Перечень задач первой группы представлен на рисунке 1.



Рис. 1. Задачи оценки конкурентоспособности организации (внутренние задачи)

Как можно видеть из рисунка, все задачи, стоящие перед анализом конкурентоспособности организации, имеют для последней критически важное значение [2].



Рис. 2. Задачи оценки конкурентоспособности организации (внешние задачи)

Однако компания постоянно работает во внешней среде, взаимодействует с ней. И в этой сфере также оценка конкурентоспособности компании решает ряд актуальных задач, что показано на рисунке 2 [1].

Одним из следствий многообразия определений конкурентоспособности и задач, поставленных перед ее анализом, является аналогичное многообразие методов такого анализа[3] (рис. 3).

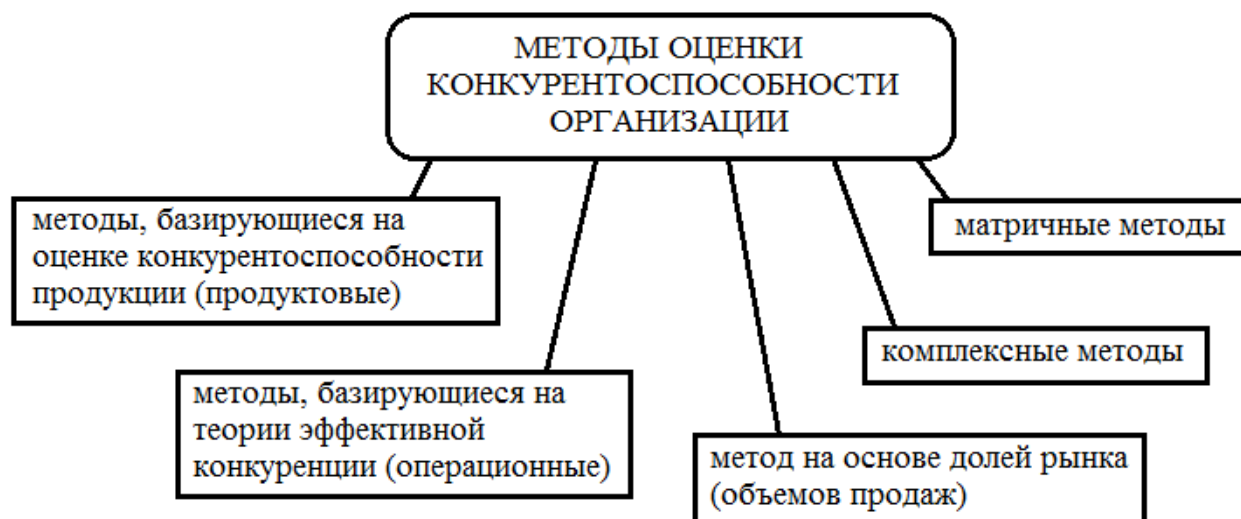


Рис. 3. Группы методов оценки конкурентоспособности организации

Главная задача оценки конкурентоспособности, проводимой любым способом, — получить необходимую исходную информацию для разработки стратегии приобретения и развития конкурентных преимуществ компании, и на этой основе – для управления ее конкурентоспособностью.

#### Список литературы:

1. Ефремова А.А. Анализ и оценка конкурентоспособности предприятия / А.А. Ефремова, Д.Ю. Орловская // *CeterisParibus*. - 2015. - № 4. - С. 68-70.
2. Сабетова Т.В. Диверсификация экономики сельских территорий и ее обеспечение ресурсами / Т.В.Сабетова // *Актуальные проблемы социально-экономического развития региона: сборник научных трудов по материалам Всероссийской научно-практической конференции*. – Ставрополь, 2016. - С. 191-195.
3. Сабетова Т.В. Методика оценки конкурентной позиции предприятия на местном аграрном рынке и ее апробация / Т.В. Сабетова, Т.А. Михалева // *Финансовая экономика*. - 2019. - № 2. - С. 303-310.
4. Сабетова Т.В. Оценка конкурентоспособности аграрного предприятия на различных рынках / Т.В. Сабетова, И.Ю. Федулова // *Инновационное развитие как фактор конкурентоспособности национальной экономики: коллективная монография*. - Уфа, 2018. - С. 128-145.
5. Филимонова Ю.В. Анализ методов оценки конкурентоспособности

предприятия (организации) / Ю.В. Филимонова // Вестник Ангарского государственного технического университета. - 2015. - № 9. - С. 280-284.

УДК 338.242.2

## АНТИКРИЗИСНОЕ ФИНАНСОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ

*Нечаева Екатерина Валерьевна, студентка*

*Козлова Ксения Евгеньевна, студентка*

*Макарецкая Татьяна Дмитриевна, к.э.н., доцент,*

*Академия управления при Президенте Республики Беларусь, г. Минск*

**Аннотация:** В статье рассмотрены понятия кризиса, антикризисного финансового управления с различных точек зрения. Изучены причины возникновения кризиса в организации. Исследуются различные способы предотвращения кризиса в организации, а в случае его появления – способы антикризисного финансового воздействия.

**Ключевые слова:** кризис, антикризисное управление, финансовое состояние организации, денежные потоки, финансовый механизм антикризисного управления.

Предпринимательство, как известно, сопряжено с риском. Поэтому ни одна из компаний не застрахована от возможного ухудшения ее финансово-экономического состояния, вплоть до банкротства.

Под термином антикризисное финансовое управление понимают либо управление в условиях наступившего кризиса, либо управление, которое должно способствовать выводу предприятия из этого состояния.

Кризисная ситуация – переломный момент в функционировании любой системы, в процессе которого она подвергается воздействию извне и изнутри, что требует качественно нового реагирования со стороны этой системы.

Под антикризисным управлением финансами следует понимать особый режим выполнения функций финансового менеджмента, который заключается в организации финансовой работы на предприятии с учетом необходимости профилактики и нейтрализации финансового кризиса. Главная задача антикризисного финансового менеджмента заключается в эффективном использовании финансового механизма с целью предотвращения банкротства и обеспечения финансового оздоровления предприятия [1].

Многие авторы в качестве элементов системы антикризисного управления выделяют самостоятельные категории обслуживающие потребности антикризисного управления и включающие стратегическое управление, риск менеджмент, кризис-менеджмент, реинжиниринг,



бенчмаркинг, реструктурирование.

Между тем правильнее считать, что финансовый механизм системы антикризисного управления представляет собой часть финансового механизма предприятия, образующего совокупность форм и методов антикризисного управления с целью преодоления кризисных симптомов обеспечения платежеспособности финансовой устойчивости и роста свободного денежного потока.

Управляющей подсистемой является субъект управления в виде финансовой службы или финансового менеджера организации. Управляемая подсистема или объект управления должна включать следующие основные элементы: денежные потоки, активы предприятия, долгосрочные и краткосрочные активы, дебиторская и кредиторская задолженность, собственный и заемный капитал.

Структура активов любого хозяйствующего субъекта существенным образом влияет на финансово-экономическое состояние предприятия, а их несбалансированность рождает причины возникновения кризиса. Так, неоправданно высокий уровень долгосрочных активов, относящихся к низколиквидным средствам предприятия, ухудшает ликвидность баланса замедляет оборачиваемость авансированных в бизнес средств, что в конечном счете приводит к снижению величины положительного денежного потока [2].

Аналогичное воздействие на появление симптомов кризиса оказывает несбалансированность краткосрочных активов, проявляющаяся в неоправданно высоких запасах товарно-материальных ценностей, в том числе сырья материалов и покупных полуфабрикатов. Такая тенденция характерна особенно для предприятий малого бизнеса в условиях неопределенности экономического развития и протекающих инфляционных процессов.

Меры по финансовому оздоровлению предприятий. Комплексная диагностика финансового состояния промышленных предприятий позволяет условно разделить их на 3 группы: финансово устойчивые; неустойчивые; находящиеся в кризисном финансовом положении. На уровне предприятий в зависимости от финансового состояния коммерческих организаций принимаются следующие группы мероприятий:

- для устойчивых предприятий: инновационные инвестиционные проекты для повышения конкурентоспособности на рынке
- для неустойчивых: план финансовой стабилизации, предусматривающий управление дебиторской и кредиторской задолженностью, оптимизацию расходования денежных средств (бюджетирование);
- для предприятий, находящихся в критическом финансовом положении: поиск инвестиций у акционеров, составление плана финансового оздоровления, включающего минимизацию затрат, закрытие нерентабельного производства, поиск новых контрагентов, реорганизацию, а при невозможности

финансовой стабилизации – рассмотрение возможности слияния, поглощения или продажи активов. Использование механизма слияния и поглощения широко используется в отечественной практике и направлено на улучшение финансового положения организации. В процессе слияния и поглощения определяется реальная стоимость хозяйствующего субъекта.

Одним из путей предотвращения кризисных явлений, а также выхода из кризиса является инвестиционная деятельность предприятия. Как известно при разработке инвестиционной политики особое внимание обращается на формирование оптимальной структуры объектов инвестирования источников их финансирования, а также сроки окупаемости вложений. Следует заметить, что модернизация долгосрочных активов предприятия представляет собой достаточно длительный процесс, требующий отвлечения значительных денежных ресурсов на продолжительный срок, что негативно отражается на его текущей финансовой устойчивости, увеличивая зависимость от внешних финансовых источников. В качестве решения проблемы следует рассматривать такие специфические источники финансирования, как лизинг и ипотечное кредитование, которые в настоящее время не нашли должного признания на практике.

Таким образом, осуществить финансовое оздоровление и повысить устойчивость предприятия позволят следующие меры: реализация стратегии и тактики антикризисного финансового менеджмента, ориентированного не только на сохранение организации, но и на развитие; повышение конкурентоспособности путем внедрения финансовых инструментов, применяемых с целью преодоления неплатежеспособности коммерческих организаций, включающих осуществление политики финансирования, обоснование механизма финансового оздоровления; снижение финансовых рисков компании.

#### **Список литературы:**

1. Гореликов, К.А. Антикризисное управление: учеб. Пособие[Текст] / К.А. Гореликов. – Ростов н/Д: ИТК «Дашков и К»; 2016. – 216 с.
2. Хусаинова, Е.А. Антикризисное управление предприятием[Текст]/ Е.А. Хусаинова, А.П. Калабашева, А.Р. Сибгатуллина// Вопросы науки и образования. –2019. – №9 (55). – С. 47-50.

УДК 658.155

### **ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ: ПРАКТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

*Опокин Анатолий Николаевич, студент - бакалавр  
Гонова Ольга Владимировна, д.э.н., доцент  
ФГБОУ ВО Ивановская ГСХА, г. Иваново*

**Аннотация:** Изучены теоретические и практические вопросы проведения факторного анализа финансовых результатов на сельскохозяйственном предприятии. Проведены расчеты изменения прибыли предприятия в отчетном году под влиянием различных факторов, дана оценка полученным результатам.

**Ключевые слова:** факторный анализ, рыночная экономика, финансовые результаты, рентабельность производства.

В современных экономических условиях деятельность каждого хозяйствующего субъекта является предметом внимания обширного круга участников рыночных отношений, заинтересованных в результате его функционирования. На основании доступной отчетно-учетной информации указанные лица стремятся оценить финансовое положение предприятия.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что анализ финансовых результатов и использования прибыли является отправной точкой, с которой выстраивается стратегия и тактика управления предприятием. От того, насколько правильно спланирована работа и качественно проведен анализ, зависит эффективность принимаемых управленческих решений. Факторный анализ результатов позволяет определить наиболее рациональные способы использования ресурсов и сформировать структуру средств предприятия и деятельности в целом [1,3].

Целью данной работы выступает проведение аналитических расчетов оценки показателей финансовой деятельности типичного сельскохозяйственного предприятия Ивановского региона (СПК «Климушинский» Пучежского района Ивановской области).

Увеличение объема продаж рентабельной продукции приводит к увеличению прибыли и улучшению финансового состояния предприятия. Структура товарной продукции (услуг) также может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на сумму прибыли. Себестоимость продукции и прибыль находятся в обратно пропорциональной зависимости: снижение себестоимости приводит к соответствующему росту суммы прибыли, а ее рост – к падению. Повышение цен на сырье, материалы, топливо способствует увеличению себестоимости и снижению суммы прибыли. Таким образом, прибыль от продажи товарной продукции в общем случае находится под воздействием таких факторов, как изменение объема реализации, структуры продукции, отпускных цен на реализованную продукцию, цен на сырье, материалы, топливо, тарифов на энергию и перевозки, уровня затрат материальных и трудовых ресурсов [2,4].

Проведение факторного анализа прибыли от продажи продукции позволяет оценить резервы повышения эффективности производства и сформировать управленческие решения по использованию производственных факторов, в качестве источника информации используется бухгалтерская отчетность Ф.№ 2 «Отчет о финансовых результатах», что ограничивает возможности факторного анализа.

$$П_p = V_p - C_p, \quad (1)$$

где:  $V_p$  – выручка (нетто) от продажи продукции, товаров, работ и услуг, руб.;

$C_p$  – себестоимость реализации продукции, товаров (работ, услуг), исключая управленческие и коммерческие расходы, руб.;

Для оценки факторов, влияющих на формирование суммы прибыли от продажи продукции, рассмотрим показатели в таблице 1.

Таблица 1 - Оценка финансовых результатов, тыс. руб.

Показатели	Годы					Абсолютное отклонение 2018 г. от 2017 г., (+,-)	Темп роста, % 2018 г. к 2017 г.
	2014	2015	2016	2017	2018		
Выручка	34869	40792	50031	56308	69325	13017	123,12
Себестоимость продаж	31033	36937	47432	47193	53915	6722	114,2
Валовая прибыль	3836	3855	2599	9115	15410	6295	169,06
Чистая прибыль (убыток)	1737	188	7990	3669	8803	5134	239,93

В 2018 году по отношению к 2017 году увеличилась выручка на 13017 тыс. руб., также увеличилась прибыль на 5134 тыс. руб. Это говорит о том, что предприятие прибыльное. В процентном соотношении прибыль увеличилась на 2 % и значительно увеличилась выручка предприятия на 1,5 %. Проанализируем влияние некоторых из названных факторов на изменение прибыли предприятия в отчетном году.

1. Влияние изменения выручки от продажи продукции на финансовый результат от продажи находим по формуле ( $\Delta П_{P(B)}$ ):

$$\Delta П = П_1 - П_0 = q_1 * (p_1 - z_1) - q_0 * (p_0 - z_0) \quad (2)$$

где:  $\Delta П_1$  и  $П_0$  – прибыль отчетного (2018 г.) и 2017 года;

$q_1$  и  $q_0$  – количество реализованной продукции отчетного и 2017 года;

$p_1$  и  $p_0$  – средняя цена реализации единицы продукции отчетного и 2017 года;

$z_1$  и  $z_0$  – полная себестоимость единицы продукции отчетного и 2017 года.

В том числе за счет изменения:

1. количество реализованной продукции  $\Delta П = (q_1 - q_0) * (p_0 - z_0); \quad (3)$

2. полной себестоимости единицы продукции  $\Delta П = -(z_1 - z_0) * q_1; \quad (4)$

3. средней цены реализации  $\Delta П = (p_1 - p_0) * q_1; \quad (5)$

Рассмотрим влияние факторов на прибыль от реализации по основным видам продукции.

Зерно:  $\Delta\Pi = \Pi_1 - \Pi_0 = 6*(833 - 667) - 481*(836 - 661) = - 83,175$  тыс. руб.

1. количество реализованной продукции  $\Delta\Pi = (6 - 481)* (836 - 661) = - 83125$  руб.

2. полной себестоимости единицы продукции  $\Delta\Pi = -(666,7 - 661)*6 = - 34,2$  тыс. руб.

3. средней цены реализации  $\Delta\Pi = (833,3 - 836)*6 = - 18$  тыс.руб.

Картофель:  $\Delta\Pi = \Pi_1 - \Pi_0 = 10035*(992 - 879) - 4246*(1324 - 1380) = 1371,731$  тыс. руб.

1. количество реализованной продукции  $\Delta\Pi = (10035 - 4246) *(1324 - 1380) = - 324,184$  тыс. руб.

2. полной себестоимости единицы продукции  $\Delta\Pi = - (879 - 1380)*10035 = 5027,535$  тыс. руб.

3. средней цены реализации  $\Delta\Pi = (992 - 1324)*10035 = - 3331,62$  тыс. руб.

Молоко:  $\Delta\Pi = \Pi_1 - \Pi_0 = 20084*(2462 - 1476) - 17561*(2399 - 1452) = 3152,557$  тыс. руб.

1. количество реализованной продукции  $\Delta\Pi = (20084 - 17561)*(2399 - 1452) = 2389,291$  тыс. руб.

2. полной себестоимости единицы продукции  $\Delta\Pi = - (1476 - 1452)*20084 = - 482,016$  тыс. руб.

3. средней цены реализации  $\Delta\Pi = (2462 - 2399)*20084 = 1245,208$  тыс. руб.

Необходимо отметить то, что прибыль в отрасли животноводства предприятие получает только от реализации молока, а в отрасли растениеводства от картофеля, остальные виды продукции являются убыточными.

Скот КРС в живой массе на мясо:  $\Delta\Pi = \Pi_1 - \Pi_0 = 756*(8741 - 15058,2) - 114*(8947,4 - 15105,3) = - 4074$  тыс. руб.

1. количество реализованно продукции  $\Delta\Pi = (756 - 114)*(8947,4 - 15105,3) = - 3953$  тыс. руб

2. полной себестоимости единицы продукции  $\Delta\Pi = - (15058,2 - 15105,3)*756 = 35,607$  тыс. руб.

3. средней цены реализации  $\Delta\Pi = (8741 - 8947,4)*756 = - 156,038$  тыс. руб.

На основании проведенного анализа можно сделать следующие выводы:

1. Прибыль от реализации молока в 2018 году по сравнению с 2017 годом увеличилась на 3172 тыс. руб., это произошло: за счет увеличения цены – на 1245 тыс. руб., за счет увеличения количества продукции – 2389 тыс. руб.

2. В отчетном году увеличилась сумма убытка от реализации скота в

живой массе за счет значительного уменьшения средней цены реализации 1562 тыс. руб.

3. По оценке влияния отдельных факторов на реализацию продукции, наиболее прибыльным является молоко, из растениеводства самым прибыльным является картофель, а самыми убыточными показателями выступают – производство КРС и зерно.

Информация о финансовых результатах деятельности сельскохозяйственного предприятия имеет важное практическое значение. Эти данные необходимы для оценки потенциальных изменений в ресурсах организации, при прогнозировании формирования денежных потоков и при обосновании эффективности использования дополнительных ресурсов.

### Список литературы:

1. Лумпов Н.А. Формула прибыли: учет различных видов деятельности // Финансовый менеджмент. – 2010. – № 6. – С. 55.

2. Стулова, О.В. Практика внедрения управленческого учета в сферу сельскохозяйственного производства / О.В. Стулова, О.В. Гонова, А.А. Малыгин // Аграрный вестник Верхневолжья. № 4. 2015. С. 88-89.

3. Учет и анализ финансовых результатов [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://revolution.allbest.ru/audit/00034671\\_0.html](http://revolution.allbest.ru/audit/00034671_0.html). Дата обращения: 28.01.2020.

4. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Негашев Е.В. Методика финансового анализа: Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2007.

5. Михайловская А.Л. Формализация подготовительной работы в процессе подготовки годовой бухгалтерской отчетности сельскохозяйственных организаций. [Электронный ресурс] / А.Л. Михайловская // Молочнохозяйственный вестник № 4 (24) IV кв. 2016. – с. 160-169. – Режим доступа: [http://molochnoe.ru/journal/sites/molochnoe.ru.journal/files/jrnl\\_publication/4-24-vypusk-v2.pdf](http://molochnoe.ru/journal/sites/molochnoe.ru.journal/files/jrnl_publication/4-24-vypusk-v2.pdf)

УДК 338

### УПРАВЛЕНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Паранина Наталия Александровна, студент-бакалавр  
Абросимова Марина Сергеевна, к.э.н., доцент  
ФГБОУ ВО Чувашская ГСХА, г. Чебоксары*

**Аннотация:** в статье рассматривается управление сбытовой политикой предприятия на примере ОАО «Букет Чувашии», а также пути его

совершенствования.

**Ключевые слова:** сбытовая политика, структура продаж, финансовые результаты.

## **SALES POLICY OF THE COMPANY AND THE MAIN DIRECTIONS OF ITS IMPROVEMENT**

**Paranina N. A. student, Abrosimova M. S., cand.sciences, assoc.**  
*Chuvash State Agricultural Academy*

*Brief abstract: the article discusses the management of the sales policy of the enterprise on the example of JSC "Bouquet of Chuvashia", as well as ways to improve it.*

*Keywords: sales policy, sales structure, financial results*

Коммерческий успех предприятия зависит не столько от его производственных и финансовых возможностей, сколько от планирования сбытовой деятельности. На результаты работы в первую очередь влияет то, насколько удачно выбраны каналы реализации производимых товаров, формы и методы сбыта, ассортимент и уровень качества предоставляемых услуг, сопровождающих продажу товаров [1], [2].

Основной заботой предприятия становится производство таких товаров, которые имеют наиболее высокие шансы быть прибыльно проданными, а не стремление сбыть определенное количество традиционной продукции, на выпуске которой предприятие специализировалось [3].

В качестве объекта исследования выступает общество с ограниченной ответственностью ОАО «Букет Чувашии». Основным видом деятельности предприятия является производство и реализация пива, безалкогольных напитков, минеральной воды, товарного солода [5].

Продукция ОАО «Букет Чувашии» хорошо известна в соседних республиках: Мордовии, Марий-Эл, Татарстане, Нижегородской, Самарской, Кировской, Ульяновской областях, Москве и Московской области, а также за пивом приезжают из других регионов. На региональном рынке доля продукции завода достигает 70 %.

Традиционно в ассортименте присутствует солод, который также пользуется стабильным спросом. Относительно новым продуктом для ОАО «Букет Чувашии» является минеральная вода, с расширением ассортимента которой с 2016 года объемы продаж увеличились. Но особый фурор произвел квас, производство которого запущено с 2006 года. Данный вид продукции является высококорентабельным и перспективным для исследуемого предприятия. В 2017 году за сезон было продано кваса на 501692 тыс. руб., что

превышает общий годовой оборот по минеральной воде и солоду. Одновременно наблюдаются некоторые изменения в структуре продаж. Происходит постепенное снижение доли пива в общем обороте ОАО «Букет Чувашии» с 74 % в 2016 году до 63 % в 2018 году.

В 2018 году выручка ОАО «Букет Чувашии» возросла на 6,6 % и составила 2487890 тыс. руб., при этом себестоимость увеличилась на 2,0 %. После уплаты налога на прибыль и иных аналогичных обязательных платежей в распоряжении предприятия осталась чистая прибыль в размере 43402 тыс. руб., что почти в 2,5 раза больше, чем в прошлом году. Рентабельность продаж при этом составила 30,0 % [6], [7].

Можно отметить, что управление сбытовой деятельностью осуществляется достаточно грамотно и планомерно. Все организационные мероприятия сначала тщательно просчитываются, экономически выверяются, а затем принимаются к исполнению. Сбытовая политика ОАО «Букет «Чувашии» нацелена на стратегию дальнейшего развития предприятия, укрепление его конкурентных преимуществ на рынке пивоваренной продукции [4].

Предлагается комплекс мероприятий, направленных на дальнейшее повышение эффективности управления сбытовой деятельностью предприятия:

1. Проводить целенаправленную работу при содействии Правительства Чувашской Республики по возрождению хмелеводства и выращиванию ячменя, что будет способствовать дальнейшему развитию пивоварения в регионе [8].

2. Уделять внимание рекламной деятельности, которая должна строиться с учетом особенностей предлагаемой продукции и целевого сегмента потребителей.

3. Ввести в оборот фирменную возвратную стеклянную тару, что позволит значительно снизить цену продукции.

Претворение в жизнь вышеперечисленных мероприятий позволит предприятию усовершенствовать процесс управления сбытовой деятельностью промышленного предприятия и повысить его эффективность.

#### **Список литературы:**

1. Авдеева Т.А., Абросимова М.С. Роль интернет-маркетинга в коммерческой деятельности предприятия / Т.А. Авдеева, М.С. Абросимова // В сборнике: Проблемы практической экономики России в условиях глобальных рисков Сборник материалов Международной заочной научно-практической конференции. 2017. С. 7-11.

2. Авдеева Т.А., Абросимова М.С. Практика становления и развития маркетинга российских компаний / Т.А. Авдеева, М.С. Абросимова // Экономика и управление в контексте реиндустриализации: теория и практика: сборник материалов Международной заочной научно-практической конференции. Ответственный за выпуск Т.А. Церфус. 2016. С. 3-7.



3. Виноградова Е.В., Абросимова М.С. Проблемы развития бизнес-процессов на рынке машиностроительного оборудования для пищевой промышленности / Е.В. Виноградова, М.С. Абросимова // Состояние и перспективы развития государства и общества в условиях модернизации: диалог науки и практики: сборник материалов Международной научно-практической конференции. 2015. С. 84-87.

4. Литвинова О.В., Абросимова М.С., Васильева О.Г. Интерпретация результатов применения диагностического инструментария оценки экономической безопасности предприятий АПК / О.В. Литвинова, М.С. Абросимова, О.Г. Васильева // Вестник Российского университета кооперации. 2019. № 2 (36). С. 71-75.

5. Литвинова О.В., Абросимова М.С., Деревянных Е.А. О состоянии продовольственного рынка Чувашской Республики / О.В. Литвинова, М.С. Абросимова, Е.А. Деревянных // В сборнике: Учет, анализ и аудит в условиях цифровой экономики Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2018. С. 318-325.

6. Осипова А.С., Абросимова М.С. Анализ хозяйственной деятельности организации / А.С. Осипова, М.С. Абросимова // В сборнике: СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА - ПЕРВЫЙ ШАГ В АКАДЕМИЧЕСКУЮ НАУКУ Материалы Всероссийской студенческой научно-практической конференции с участием школьников 10-11 классов. 2018. С. 331-333.

7. Официальный сайт ОАО «Букет Чувашии» - [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://buketbeer.ru/> (Дата обращения: 10.02.2020)

8. Пинская Е.А., Абросимова М.С., Гаценбиллер Н.Ю. Факторы инвестиционной привлекательности предприятий с учетом отраслевых особенностей / Е.А. Пинская, М.С. Абросимова, Н.Ю. Гаценбиллер // В сборнике: Агроэкологические и организационно-экономические аспекты создания и эффективного функционирования экологически стабильных территорий: материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2017. С. 547-552.

УДК 658.8:338.436.33

## **ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК**

*Пиндикова Анастасия Сергеевна, студент-бакалавр  
Кондратьев Петр Николаевич, к.э.н.  
ФГБОУ ВО Великолукская ГСХА, г. Великие Луки*

Аннотация: В статье рассмотрены основные инструменты маркетинговой

политики, которые могут применяться на предприятиях АПК в качестве средств повышения эффективности их деятельности.

Ключевые слова: маркетинг, инструменты, предприятие, АПК

В условиях перехода всех отраслей агропромышленного комплекса (АПК) России на рыночные отношения существенно возросла роль маркетинга, который стал неотъемлемой частью бизнеса. Главное предназначение маркетинга заключается в том, чтобы связать производителя и потребителя [4]. Решение этой задачи непосредственно связано с целеполаганием, важность которого обусловлена, прежде всего, тем, что без правильно установленных маркетинговых целей сложно разработать эффективную стратегию предприятия, сформировать маркетинговую политику и реализовывать маркетинговый план продвижения товара (услуги).

Как правило, предприятия АПК применяют маркетинговую концепцию, позволяющую сформулировать комплексное предложение товаров (услуг) для своих потенциальных потребителей и предполагающую набор контролируемых маркетинговых инструментов: продукта (Product), цены (Price), места (Place), продвижения (Promotional) и др. [3]. При этом особое внимание предприятия уделяют товарной политике, которая строится в разрезе следующих ключевых направлений: ассортимент производимой продукции, изучение поведения потребителя и диагностика потребностей; политика в области качества. С одной стороны, менеджмент предприятия определяет потребности целевых рынков и обеспечивает желаемую удовлетворенность более эффективными способами по сравнению с конкурентами. С другой стороны, предприятие может выпускать на протяжении длительного периода времени уникальную для российского и зарубежного потребителя продукцию, тем самым формируя новые потребности у покупателей. В целом же, структура маркетинговой товарной политики современного предприятия может быть представлена следующим образом: разработка товаров (планирование новых товаров, модификация выпускаемых товаров); обслуживание товаров; снятие товара с производства. Каждое из этих направлений имеет свои цели. Так, планирование новой продукции ставит целью прорыв на новые рынки сбыта; достижение преимуществ перед конкурентами; получение более высоких доходов; повышение внимания потребителей к товару.

Также, как и товарная, ценовая политика предприятий АПК, должна отличаться гибкостью и лояльностью. Её основные цели можно сформулировать так: обеспечение максимальной прибыльности и увеличение объёмов реализации продукции как в краткосрочном, так и долгосрочном периоде; завоевание ведущих позиций по отдельным показателям; ведение дифференцированной ценовой стратегии по отношению к различным ассортиментным группам и др.

Вместе с этим постоянно возрастающая конкуренция заставляет предприятия АПК осмысленно использовать и прочие элементы системы маркетинга, к числу которых относятся и маркетинговые коммуникации.

Маркетинговые коммуникации представляют собой средства воздействия, используемые организацией для информирования, убеждения, поощрения клиентов и потенциальных потребителей, а также напоминания им о самом предприятии и его продукции [5]. Они влияют не только на объёмы продаж, конкурентоспособность отдельных товаров, но и на репутацию предприятия в целом, на его стратегическое положение. Многие зарубежные специалисты в области маркетинга рассматривают рекламу и стимулирование сбыта в качестве ключевых средств воздействия [1].

Стимулирование сбыта, так же, как и реклама, представляет собой совокупность приёмов и методов, способствующих росту объёмов продаж товара на протяжении всего его жизненного цикла. При этом оно не рассчитано на длительный эффект и ставит целью немедленное воздействие на поведение потенциального потребителя.

Основными средствами стимулирования сбыта могут выступать:

1) снижение цен может быть приурочено какому-нибудь событию, празднику (новогодние скидки, сезонная распродажа, скидка в честь дня рождения предприятия). Другим обоснованием для предоставления ценовой скидки могут выступать несезонное время, объём закупки, постоянство заказов, наличие купона, простой или накопительной дисконтной карты и др.;

2) натуральное стимулирование посредством семплинга, предложения большего количества товаров без изменения стоимости или подарка, зачета стоимости старых товаров (trade-in) и т.п.;

3) активные средства (конкурсы, лотереи, конференции, ярмарки, выставки и др.). Как правило, участие в подобных мероприятиях предприятием АПК обходится достаточно дорого (расходы на подготовку к выставке, затраты на персонал, занятый на стендах и пр.), однако они дают возможность не только представить свою новую продукцию, но и обменяться опытом с отечественными и зарубежными партнерами, ознакомиться с тенденциями и перспективами рынка, а также расширить список деловых контактов и заключить контракты на выгодных условиях [2]. Стоит заметить, что в последнее время все большее внимание уделяется именно этой группе маркетинговых коммуникаций. С их помощью можно взаимодействовать с потенциальными покупателями напрямую в местах продаж, раскрыть ему все возможности и преимущества того или иного товара, продемонстрировать его в действии и др.

Кроме этого, важнейшей частью общей системы функционирования и развития предприятия АПК выступает и продвижение бизнеса в глобальной сети Интернет. Ввиду того, что Интернет обладает целым рядом уникальных

характеристик, в частности применение графики, звукового и видео-сопровождения, текстового материала, кликабельных ссылок и т.п. для создания нелинейного восприятия информации, задействования максимально возможного количества органов чувств человека, то характеристики инструментов интернет-маркетинга значительно отличаются от традиционных инструментов. К тому же их спектр намного шире, что позволяет как можно более эффективно и успешно представить тот или иной бизнес в сети Интернет.

Таким образом, в настоящее время маркетинг все более превращается в деятельность по изучению и прогнозированию рынка, разработке, производству, распределению и продвижению товаров (работ, услуг) для осуществления сделок купли-продажи, с помощью которых наилучшим способом достигаются цели предприятия и удовлетворяются запросы потребителей. Успех маркетинговой деятельности в конечном счете определяется степенью удовлетворения предприятием АПК запросов и пожеланий потребителей в текущий момент времени.

#### **Список литературы:**

1. Бернет, Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Д. Бернет, С. Мориарти; пер. с англ. Н. Габенов, В. Кузин. – СПб.: Питер, 2011. – 864с.

2. Кондратьев, П.Н. ATL и BTL технологии в рекламной деятельности / П.Н. Кондратьев, А.А. Светлова // Экономика, социология и право. – 2016. – № 5. – С. 30-33.

3. Концепция маркетинг-микс (4P, 5P, 7P) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://powerbranding.ru/osnovy-marketinga/4p-5p-7p-model/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.

4. Коротков, А.В. Управление маркетингом: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / А.В. Коротков; под ред. А.В. Короткова, И.М. Синяевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 463с.

5. Романов, А.А. Маркетинговые коммуникации: учеб. пособие для вузов / А.А. Романов, И.М. Синяева, В.А. Поляков. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2016. – 383с.

УДК658.8.012.12

#### **ОТБОР ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АГРАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ МЕТОДИКИ ЕЕ ОЦЕНКИ**

*Плаксина Полина Викторовна, студент-магистрант  
Сабетова Татьяна Владиславовна, к.э.н., доцент*

**Аннотация:** Автор данной статьи предложил конкретный перечень показателей для рейтинговой оценки конкурентоспособности предприятия, разделенных на шесть групп. Указанные показатели легко доступны из отчетности предприятий и позволяют сопоставить все основные аспекты их производственной, сбытовой и финансовой деятельности.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность предприятия, повышение конкурентоспособности, рейтинговая оценка, показатели, эффективность

Универсальной методики оценки конкурентоспособности предприятия в настоящее время не существует [1]. Это обусловлено тем, что каждый из существующих подходов обладает рядом недостатков. В основном они сводятся к субъективности и условности оценки, сложности создания исчерпывающего перечня факторов для анализа, невозможности сравнения с предприятиями-конкурентами из-за их постоянной диверсификации, нечеткому определению границ того или иного рынка [2]. Выбор того или иного метода оценки конкурентоспособности должен зависеть от целей и задач, которые ставит перед собой предприятие, а также бюджета, который оно может выделить на проведение оценки конкурентоспособности [4].

На наш взгляд, для оценки уровня и степени развитости конкурентоспособности ее следует рассматривать с точки зрения как внешних, так и внутренних факторов [5], обуславливающих соответствующий уровень конкурентоспособности сельскохозяйственных организаций (рис. 1).

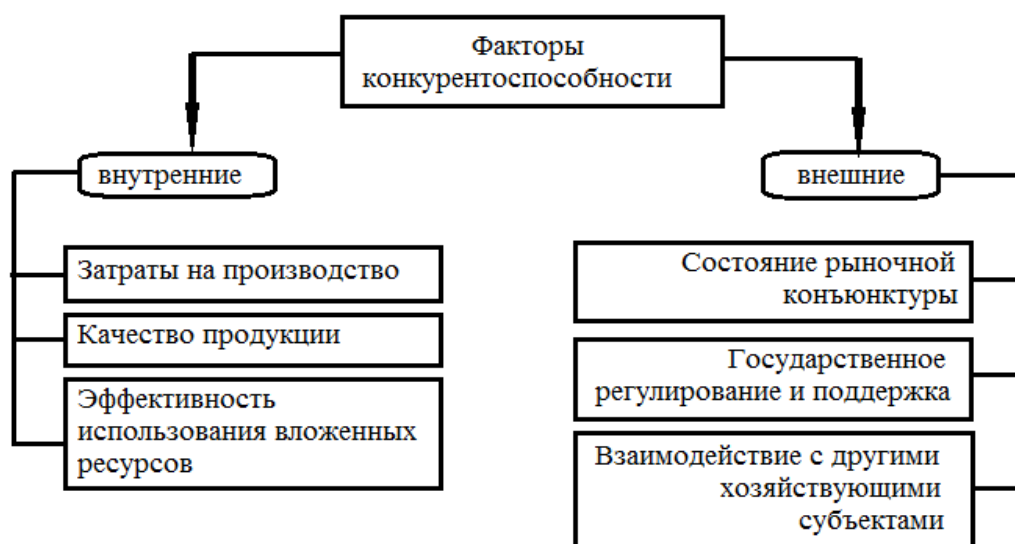


Рис. 1. Основные факторы конкурентоспособности аграрного предприятия

Теперь подберем ряд легко вычисляемых и сопоставимых показателей для анализа каждого из выделенных основных факторов (рис. 2).

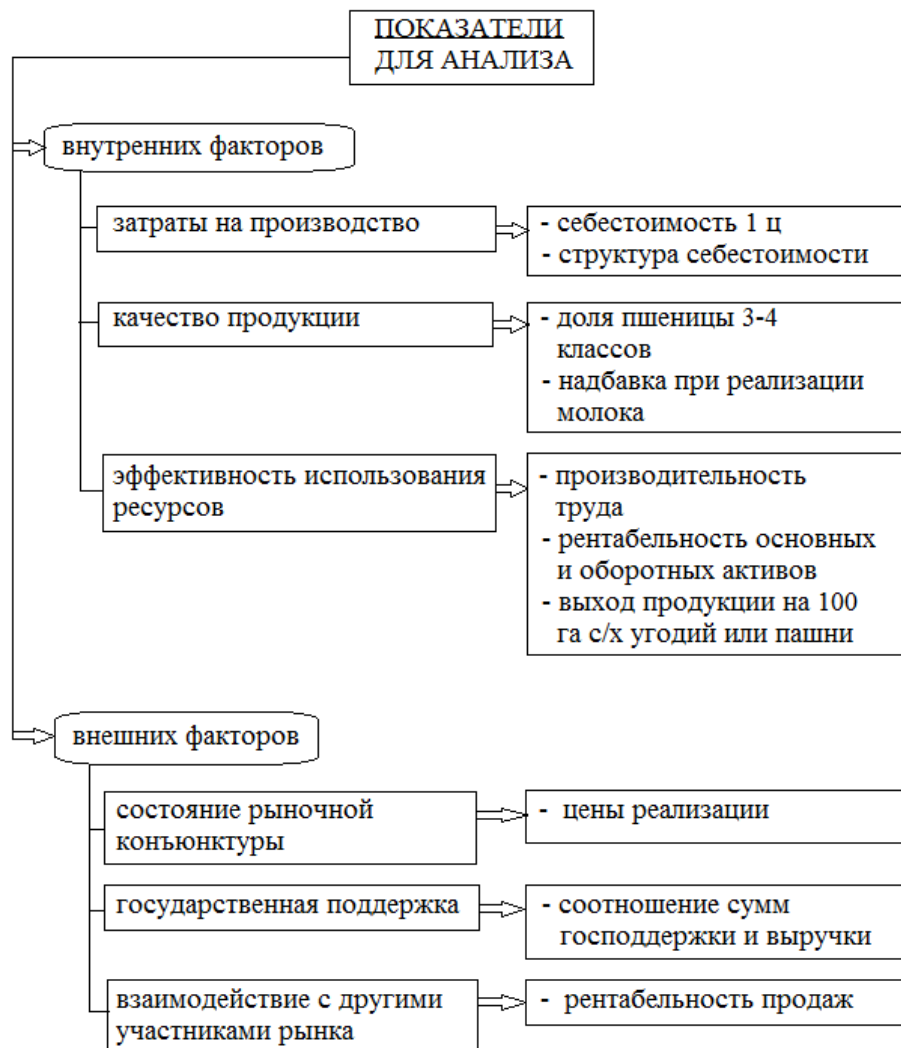


Рис. 2. Показатели для оценки и сравнения основных факторов конкурентоспособности предприятий

После анализа всех основных факторов, формирующих конкурентоспособность аграрного предприятия, обобщение можно проводить как по отдельным группам факторов, так и в виде балльной оценки, для которой выстраивается рейтинг всех отобранных для сравнения предприятий, лучший балл принимается за число этих предприятий, и рейтинг выстраивается по нисходящей [3,6,8]. Наиболее конкурентоспособным окажется предприятие с максимальной суммой баллов по 6 выделенным направлениям для анализа.

Очевидно, что такая оценка предполагает равенство значения, придаваемого исследователем каждой из групп факторов, в противном случае в сумме должны учитываться весовые коэффициенты [7]. Однако на наш взгляд, группы факторов подобраны таким образом, что можно допустить их равнозначность для оценки деятельности аграрного предприятия и уровня его конкурентоспособности.

Оценка уровня конкуренции позволяет скорректировать и оптимизировать конкурентную стратегию для конкретной компании,

работающей на рынке [4]. Если говорить о сфере государственного управления, здесь оценка уровня конкуренции позволяет более грамотно оценить меры государственной поддержки предпринимательства, эффективность применения антимонопольного законодательства, а косвенно – и степень удовлетворенности потребителей своими возможностями на рынке.

#### **Список литературы:**

1. Жданова Е.С. Анализ современных методов определения конкурентоспособности предприятий / Е.С.Жданова // Часописекономічних реформ. - 2018. - № 1 (29). - С. 44-49.

2. Запорожцева Л.А. Формирование стратегии устойчивого развития коммерческих организаций / Л.А.Запорожцева, Т.В.Сабетова // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. - 2016. - № 2 (68). - С. 350-355.

3. Кизлик Т.А. Методика комплексной оценки уровня конкурентоспособности аграрных предприятий / Т.А.Кизлик // Вестник Науки и Творчества. - 2017. - № 10 (22). - С. 20-24.

4. Коновалова С.Н. Маркетинговые стратегии устойчивого развития аграрного рынка / С.Н.Коновалова, И.Ю.Федулова // Актуальные вопросы устойчивого развития АПК и сельских территорий: материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 50-летию со дня образования кафедры экономического анализа, статистики и прикладной математики. – Воронеж, ВГАУ, 2018. - С. 269-273.

5. Кундиус В.А. Факторы обеспечения конкурентоспособности аграрных предприятий Алтайского края / В.А.Кундиус, А.В.Григорьева // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2019. - № 5-2. - С. 107-112.

6. Сабетова Т.В. Методика оценки конкурентной позиции предприятия на местном аграрном рынке и ее апробация / Т.В.Сабетова, Т.А.Михалева // Финансовая экономика. - 2019. - № 2. - С. 303-310.

7. Сабетова Т.В. Особенности действия конкуренции в сельскохозяйственном секторе / Т.В.Сабетова // Проблемы инновационного развития российской экономики: Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. - 2016. - С. 159-163.

8. Сабетова Т.В. Оценка конкурентоспособности аграрного предприятия на различных рынках / Т.В.Сабетова, И.Ю.Федулова // Инновационное развитие как фактор конкурентоспособности национальной экономики: коллективная монография. - Уфа, 2018. - С. 128-145.

УДК 339.13

## ВЗАИМОСВЯЗЬ И РАЗЛИЧИЕ ЛИДЕРСТВА И РУКОВОДСТВА

*Подорожко Тая Сергеевна, студент-бакалавр  
Карпова Мария Валентиновна, к.с.-х.н., доцент  
ФГБОУ ВО Курганская ГСХА, г. Курган*

**Аннотация:** В статье рассмотрены понятия лидер и руководитель, типы отношений. Выделены различия между лидерством и руководством.

**Ключевые слова:** лидерство, руководство, лидер, руководитель, различия лидерства и руководства

Организация, какой бы она ни была, всегда управляется человеком. И, хотя понятия «лидер» и «руководитель» происходят от общего слова «leader» из английского языка, они несут в себе разное значение. Лидер может быть руководителем, однако это не всегда действует в обратную сторону. Рассмотрим разницу и сходство между этими двумя понятиями [1].

Хотя определения и не тождественны между собой, они всё же имеют общую черту: объединение в группу людей вокруг другого человека. Также можно выделить следующие сходства:

- полная подчинённость принятым решениям;
- постоянное общение с людьми, состоящими в группе;
- воздействие на группу для достижения целей;
- мотивирование людей;
- и лидер, и руководитель имеют влияние на членов группы.

Из-за сходства понятий между собой, существует переход из лидера в руководителя, когда его назначают на должность, и обратно, если руководитель одновременно является лидером для коллектива [3].

Отличия начинаются с существующих типов отношений: формальных и неформальных. Лидер может относиться к обеим формам, так как «лидерство» – это влияние черт характера и идей человека на других. Такие личности формируются спонтанно и их место подкрепляется позитивными психологическими предпочтениями поддерживающих их людей. В то время как руководитель – это тот, кого назначают на эту роль в организации, то есть его место является документально подтверждённой позицией. Отсюда «руководство» – это стратегическая деятельность по определению целей и их достижению.

Также лидер и руководитель обычно проходят разные пути выдвижения. Лидера принимает и избирает именно сама группа, то есть его подъём идет «с низов», руководителя же обычно назначают приказом «сверху» и, даже если остальные работники его не принимают, им приходится смириться, так как этот человек считается их прямым начальником.

Официально назначенный руководитель подразделения обладает



преимуществами в завоевании лидирующих позиций в группе, поэтому он чаще, чем кто-либо другой, становится лидером. Однако необходимо помнить, что быть руководителем не означает автоматически считаться лидером, так как лидерство в значительной мере базируется на неформальной основе [2].

Кроме того, поведение формального руководителя зависит от того, стремится ли он продвигаться выше по служебной лестнице или удовлетворен ли он своим настоящим положением и особенно не стремится к продвижению. В первом случае руководитель, отождествляя себя с более крупными группами организации, нежели с группой подчиненных, может считать, что эмоциональная привязанность к рабочей группе может стать тормозом на его пути. Во втором же наоборот – старается наладить отношения [1].

Также основные отличия для наибольшей наглядности можно выразить единой таблицей.

Таблица 1 – Различия лидерства и руководства

Название	Лидерство	Руководство
Регулирование	межличностных отношений в группе	официальных отношений в организации
Возникновение	стихийно	целенаправленный процесс под контролем различных элементов социальной структуры
Срок существования	в большей степени зависит от самой группы	более стабильная позиция
Санкции (воздействие на подчинённых)	почти отсутствуют	есть
Принятие решений	принимается по групповой деятельности	затруднено из-за более крупной структуры организации и множеством обстоятельств, не обязательно связанных с группой
Сфера действий	обычно – малая группа	более широкая

Под «лидерством» следует понимать желаемую черту характера для подходящего на должность руководителя. И это качество будет дополнять собой понятие «руководство», ведь если человек будет обладать лидерским влиянием, тогда повысится эффективность взаимодействия с подчинёнными [2].

Различается и специфика отношения к другим людям у руководителя и лидера. Руководители предпочитают порядок во взаимодействии с подчиненными. Они строят свои отношения с ними соответственно тем ролям, которые подчиненные играют в запрограммированной цепочке событий или в формальном процессе принятия и реализации решений. Это во многом происходит оттого, что менеджеры видят себя определенной частью организации или членами особого социального института.

Лидеры подбирают и держат людей, которые понимают и разделяют их взгляды и идеи, отражаемые в лидерском видении. Лидеры учитывают

потребности работников, воспринимаемые ими ценности и движущие ими эмоции [3,4]. Лидеры склонны к использованию эмоций и интуиции и всегда готовы вызвать у своих последователей сильные чувства типа любви и ненависти. Лидеры не связывают уважение к себе с принадлежностью к определенной организации.

Руководители обеспечивают достижение целей подчиненными, контролируя их поведение и реагируя на каждое отклонение от плана. Лидеры строят свои отношения с подчиненными на доверии, мотивируя и вдохновляя их. Они закладывают доверие в основу групповой, совместной работы.

Учитывая всё, следует, не смотря на различия, рассматривать понятия «лидерство» и «руководство» как взаимодополняющие друг друга. И, при подборе руководителя, искать в нём не только профессиональные навыки, а также и лидерские качества для того, чтобы он мог не только управлять и принимать решения, но и мотивировать сотрудников на рабочие моменты.

#### **Список литературы:**

1. Ерастова А. В., Черкасова О. В. Лидерство: учебное пособие / А. В. Ерастова, О. В. Черкасова; Мордов. гос. ун-т. – Саранск, 2015.- 312 с.
2. Карпова, М.В., Рознина Н.В. Управление реализацией стратегии организации / М.В. Карпова, Н.В. Рознина // Актуальные вопросы экономики и агробизнеса: сборник статей X Международной научно-практической конференции. Брянский ГАУ, 2019. С. 80-85.
3. Карпова М.В., Рознина Н.В., Лушников И.С. Оценка стратегического потенциала организации // Актуальные вопросы современной экономики. Махачкала, 2019.- №5. – С. 491-507.
4. Соколова Е.С., Рознина Н.В., Карпова М.В. О Развитие агропромышленного комплекса в условиях цифровой экономики / М.В. Карпова, Н.В. Рознина, И.С. Лушников // сборник научных трудов I Национальной научно-практической конференции посвященной 25-летию со дня образования экономического факультета. Самарский ГАУ, 2019. - С. 130-134.

УДК 339.138

## **СОЦИАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ КАК СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ**

*Рудик Александра Дмитриевна, студентка – магистратура  
Шибанихин Евгений Александрович, к.э.н., доцент  
ФГБОУ ВО КУБГАУ имени И. Т. Трубилина», г. Краснодар*

**Аннотация:** В статье рассматривается необходимость и важность использования социально-этического маркетинга в управлении организацией, особенность использования социально-этического маркетинга в РФ. Показана системная модель социально-этического маркетинга организации.

**Ключевые слова:** социально-этический маркетинг, эволюция концепций маркетинга, модель социально-этического маркетинга организации, принципы социально-этического маркетинга.

В современных социально-экономических условиях важное место занимают инновационные управленческие и экономические концепции.

Социально-этический маркетинг ставит требования, удовлетворение которых является существенным преимуществом на рынке с постоянно жесткими условиями конкурентной борьбы.

Главная цель социально-этического маркетинга – рост лояльности клиентов, в том числе и потенциальных потребителей. Достижение этого происходит с помощью оказания разных услуг или реализации продукции совместно с проектами, которые несут пользу для общества [1].

Осуществление концепции социально-этического маркетинга, происходит по трем основным направлениям:

– социальное направление. Ориентируется на повышение качества благосостояния менее обеспеченных слоев населения и реализацию мероприятий по удовлетворению потребностей;

– экологическое направление. Базируется на предположении, что организация, которая производит товары или предоставляет услуги, заботится не только об охране окружающей среды, но и о совершенствовании ее состояния с помощью минимальных загрязнений в процессе производства или создания экологически безопасных товаров;

– оздоровительное направление. Направлено на реализацию товаров или услуг, которые способствуют увеличению здоровья и включают в себя качественные продукты питания и чистую воду, товары для занятий спортом и т. д. [2].

Современные исследователи выделяют мероприятия, которые определяют социальную ориентацию маркетинга:

1. Стимулирование продаж с помощью привлечения потребителя в проявлении социальной поддержки нуждающимся. В наше время много организаций часто проводят денежные отчисления от продажи товаров или предоставления услуг на разные благотворительные или социальные программы.

2. Проведение крупными брендами тематических акций с целью формирования позитивного имиджа.

3. Фандрайзинг – метод, который применяется некоммерческими

предприятиями для урегулирования различных общественных проблем. Сущность – мобилизация крупнейших брендов к благотворительным программам в рекламных целях. В итоге все участники этого процесса остаются в выигрыше: бренд получает хорошую рекламу, НКО – необходимые финансовые ресурсы для осуществления социальной деятельности, а общество – право на решения жестких социальных проблем [3].

Для концепции социально-этического маркетинга характерно создание нужной гармонии между производственными возможностями и здоровыми потребностями общества.

В итоге цель социально-этического маркетинга:

- удовлетворение потребностей общества в соответствии с его гуманными интересами;

- любое предприятие должно иметь четкие стандарты сервисного обслуживания, экологических оценок и руководствоваться ими на всех этапах маркетинговой деятельности;

- предприятие должно пользоваться новыми природоохранными технологиями, которые способствуют выполнению главной миссии – удовлетворение запросов клиентов безопасными товарами и услугами. В этом главная суть социально-этического маркетинга.

Также нужно соблюдать режимы безопасного производства, распределения и потребления. Любое предприятие должно иметь ряд социальных программ, которые включают в себя направления материальной поддержки, социальной защиты, обучения и переподготовки кадров, благотворительности [4].

Социально-этический маркетинг – это противоположный метод давления на покупателя, так как формирование маркетинговой стратегии организации в рамках социально-этического маркетинга происходит на базе настоящих достижений, всех направлений ее корпоративной деловой культуры и с учетом общечеловеческих норм, уважения личности и достоинства представителей целевых групп.

Главным, независимым критерием потребности социально-этического маркетинга, в условиях рыночной экономики является то, что функционирование и развитие общества всегда происходит на основе определенных моральных норм и правил в виде общепринятых и одобряемых обществом поведенческих действий, социального, семейного, светского и делового этикета, а игнорирование их в деятельности организаций может привести к экономическому и социальному провалу. Как активный и стремительно развивающийся социальный субъект рыночной экономики предприятие должно принимать во внимания в своей деятельности, доминирующие в обществе моральные ценности, нравы, обычаи и традиции, опираться на них, так как в плохом случае она будет испытывать трудности в

реализации своих товаров и услуг, особенно в периоды финансового и экономического кризиса [5].

Таким образом, данная концепция является основой маркетинга, предусматривает прямое или косвенное увеличение качества жизни целевой аудитории в долгосрочном периоде.

#### **Список литературы:**

1. Андрейчиков А.В. Системный анализ и синтез стратегических решений в инноватике: Основы стратегического инновационного менеджмента и маркетинга / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. - М.: КД Либроком, 2018. - 248 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. - М.: Вильямс, 2016. - 496 с.
3. Пичурин И.И. Основы маркетинга. Теория и практика / И.И. Пичурин. - М.: Юнити, 2016. - 48 с.
4. Секерин В.Д. Основы маркетинга / В.Д. Секерин. - М.: КноРус, 2018. - 288 с.
5. Умавов Ю.Д. Основы маркетинга (для бакалавров) / Ю.Д. Умавов, Т.А. Камалова. - М.: КноРус, 2019. - 384 с.

УДК 636.2.034/636.08.003

### **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АДАПТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ВОСПРОИЗВОДСТВА В МОЛОЧНО-ТОВАРНОМ СКОТОВОДСТВЕ ОАО «ЛОГИШИН»**

*Сезен Сергей Григорьевич, студент-бакалавр*

*Базылев Михаил Владимирович,*

*Линьков Владимир Владимирович, к-ты. с.-х. н., доценты  
УО «Витебская ордена «Знак Почёта» государственная академия  
ветеринарной медицины», г. Витебск, Республика Беларусь*

**Аннотация:** исследования системы воспроизводства в молочно-товарном скотоводстве ОАО «Логишин» в 2016–2018 г.г. позволили определить наиболее актуальные элементы совершенствования в виде адаптивных технологий. Полученные результаты позволили осуществить внедрение их в производственную практику, что дало возможность молочной отрасли ОАО «Логишин» получить устойчивость в экономических показателях.

**Ключевые слова:** молочно-товарное скотоводство; система воспроизводства.

Сельскохозяйственное производство агропродукции является сферой многогранной деятельности значительной части трудоресурсного потенциала в большинстве стран мира. Причём, здесь задействованы не только сугубо профессиональные знания, умения и практические навыки такого производства, но и социально-культурное взаимодействие высшего менеджмента агропредприятий (руководителей и специалистов) – с непосредственными исполнителями процессов создания высокоэффективных агросистем [1-4]. Поэтому, представленная на обсуждение работа (выполненная в рамках плановых научно-производственных исследований студенческих научных работ по кафедре агробизнеса УО «Витебская ордена «Знак Почёта» государственная академия ветеринарной медицины» с равнодолевым уровнем участия авторов), впервые изучающая новые возможности совершенствования системы воспроизводства в молочно-товарном скотоводстве конкретного крупнотоварного специализированного предприятия ОАО «Логишин» Пинского района Брестской области, является актуальной, представляющей собой научную и практическую новизну, будет востребованной практически во всём спектре сельскохозяйственного производства, связанного с животноводством.

Исследования проводились в 2016–2018 г.г. при производственном изучении особенностей ведения системы воспроизводства в молочно-товарном скотоводстве ОАО «Логишин» Пинского района. Цель исследований заключалась в анализе существующих (принятых) технологий системы воспроизводства крупного рогатого скота молочного направления и, поиске внутриотраслевых резервов производства данной системы. Исследованиями было установлено, что реализация выявленных резервов повышения экономической эффективности молочного скотоводства в ОАО «Логишин» позволит выйти на новые рубежи, снизить себестоимость производства молока, получить прибыль и повысить уровень рентабельности. Основными источниками такого преобразования является совершенствование процесса воспроизводства (таблица), из которой видно, что несмотря на увеличение среднегодового поголовья коров в ОАО «Логишин» в 2018 г. по отношению к 2016 г. на 36 голов (104,2%), наблюдается снижение получения приплода на 100 коров и нетелей на 10 голов или на 10,4%. Процент выбраковки коров по годам увеличился и в 2018 г. составил 216 голов, что на 58 голов больше чем в 2016 г. (136,7%). В 2018 г. в стадо введено первотелок на 187 голов больше чем в предыдущем году (174,5%), а по отношению к 2016 г. абсолютный рост составил 168 голов (162,2%). Количество выбракованных коров значительно ниже ввода первотелок в стадо, что позволяет ОАО «Логишин» вести расширенное воспроизводство стада.

Анализ таблицы также свидетельствует о том, что принят возраст осеменения телок в 16 месяцев при средней живой массе 358 кг (2018 г.).

Необходимо отметить, что в ОАО «Логишин» идет плановая, экономически обоснованная селекционно-племенная работа, направленная на совершенствование системы воспроизводства и формирование коров основного стада с большей молочностью и высокими экономическими показателями.

Таблица – Показатели воспроизводства в ОАО «Логишин» за 2016–2018 гг.

Показатели	Год			2018 г. к 2016 г., %
	2016	2017	2018	
Среднегодовое поголовье коров, голов	855	884	891	104,2
Поголовье нетелей, голов	218	236	254	116,5
Получено приплода за год, голов	1028	778	980	95,3
Выход приплода на 100 коров и нетелей, голов	96	70	86	89,6
Выбраковано коров в течение года, голов	158	187	216	136,7
Выбраковано коров ко всему поголовью коров, %	18,5	21,2	22,0	х
Введено в стадо первотелок, голов	270	251	438	162,2
Введено в стадо первотелок ко всему поголовью коров, %	31,6	28,4	49,5	х
Средний возраст телок при осеменении, месяцев	16	16	16	100,0
Средняя живая масса телок при осеменении, кг	336	346	358	106,5
Расход кормов на корову – всего, ц к. ед.	55,98	52,33	45,83	81,9
Рентабельность производства молока, %	17,3	29,1	20,3	3,0 п.п.

Таким образом, представленные результаты исследований свидетельствуют о том, что на предприятии имеются возможности совершенствования системы воспроизводства с использованием элементов адаптации, что позволяет сохранить рентабельность производства молока (несмотря на резкое удорожание энергоносителей в 2018 г.) на высоком экономическом уровне (20,3 % в 2018 г.), превышающем на 3,0 процентных пункта результаты 2016 г.

### Список литературы:

1. Базылев, М. В. Инновационные управленческие технологии в современном сельскохозяйственном производстве / М. В. Базылев, В. В. Линьков, Е. А. Лёвкин // Инновационная экономика, стратегический менеджмент и антикризисное управление в субъектах бизнеса: Сборник статей I Международной научно-практической конференции (5 июня 2018 года, г. Орёл). – Орёл: ФГБОУ ВО Орловский ГАУ, 2018. – С. 168–172.

2. Игнашев, С. Г. Финансовая устойчивость предприятий АПК: оценка и управление / С. Г. Игнашев, М. Г. Бовыкина // Современные проблемы и перспективы развития агропромышленного комплекса: сборник трудов по результатам работы II Международной научно-практической студенческой конференции-конкурса. – Вологда – Молочное: Вологодская ГМХА, 2019. – С. 216–219.

3. Лёвкин, Е. А. Совершенствование отдельных внутриотраслевых

кластерных образований в молочно-товарном скотоводстве / Е. А. Лёвкин, М. В. Базылев, В. В. Линьков // Ветеринарный журнал Беларуси. – 2018. – № 1. – С. 74–79.

4. Хозяйственные особенности коров и пути совершенствования производства молока в крупнотоварном агрохозяйстве / Е. А. Лёвкин [и др.] // Инновации в животноводстве – сегодня и завтра: сборник научных статей по материалам Международной научно-практической конференции, посвящённой 70-летию РУП «Научно-практический центр Национальной академии наук Беларуси по животноводству» (г. Жодино, 19–20 декабря 2019 г.). – Минск: Беларуская наука, 2019. – С. 455–459.

УДК 339

## ТЕХНОЛОГИИ БИОХАКИНГА В МАРКЕТИНГЕ

*Соловьева Алина Владимировна, студент-бакалавр  
Крылова Наталья Павловна, научный руководитель, доцент  
ФГБОУ ВО «Череповецкий государственный университет»,  
г. Череповец*

**Аннотация:** в статье рассматривается сущность биохакинга, основные принципы, а также возможность его применения в маркетинге и влияние данного направления на молодежь в возрасте от 18 до 22 лет, приводятся результаты проведенного исследования.

**Ключевые слова:** биохакинг, маркетинг, технологии здорового образа жизни, качество жизни.

На современном этапе глобализации одной из мировых тенденций последнего времени становится общее стремление к повышению качества жизни населения. Данное стремление охватывает различные стороны физического, интеллектуального и психологического состояния здоровья человека. Приверженцы данного направления делятся на две основные группы: на тех, кто хочет прокачать себя, стать умнее, сильнее, и на тех, кто желает быть максимально здоровым, насколько это возможно сейчас. Такое стремление повлияло на появление термина «биохакинг». Обратимся к терминологии. Биохакинг – это совокупность методов, которые дают возможность изменить работу биологического организма так, как это не предусмотрено нормальной жизнедеятельностью. Люди, которые пытаются улучшить свой организм различными способами, соответственно, называются биохакерами [1]. Выделяют основные направления биохакинга [2]:

– Правильное питание: исключение из рациона вредной пищи, переход



на полностью полезную еду, диеты и программы оптимального питания;

- Состояние здоровья: поддержание гормонального фона с помощью различных БАДов, прохождение генетических тестов на предрасположенность к заболеваниям;

- Фармакология: подбор витаминных добавок, БАДов, препаратов и косметические процедуры;

- Спорт и физическая активность: самостоятельные занятия спортом, подвижный образ жизни, тренировки по специальным программам и др;

- Мозговая деятельность: приём препаратов, улучшающих мозговую активность, чтение, решение головоломок и др.;

- Управление стрессом: нормализация состояния нервной системы, консультации психолога, избегание стрессовых ситуаций.

Один из последователей данного направления, который повлиял на его популяризацию - Сергей Фаге, известный российский предприниматель, который одной из своих целей ставит продление здоровой жизни на сколько это возможно. Являясь последователем биохакинга, он проводит регулярные тренировки, следит за балансом сна и активности, проходит различные генетические тесты. По этой причине он посвятил биохакингу 5 лет жизни, в также потратил более \$200 тысяч. В итоге С. Фаге получил следующие результаты: снижение процента жира с 26% до 10%, максимальное потребление кислорода достигла 70%, значение уровня свободного тестостерона увеличилось на 81% [3].

На сегодняшний день число последователей биохакинга растет, в основном это молодые люди, которые хотят повысить качество своего здоровья и продлить жизнь насколько это представляется возможным. Из-за количества денежных вложений в России биохакинг доступен для среднего и высшего классов населения. На первых этапах необходимо выложить около 100-150 тысяч рублей, которые включают в себя стоимость различных консультаций, медицинских обследований и препаратов. Биохакинг становится новой модой, у каждого такого течения есть своя маркетинговая составляющая. Для определения степени популярности данного направления среди молодых людей был проведен социологический опрос студентов Череповецкого государственного университета в возрасте 18-22 лет. Исследование состояло из трех этапов: составление вопросов, сбор информации и анализ. Анкета содержит 9 вопросов. Количество респондентов составило: 45 человек. По возрасту участники опроса распределились следующим образом: 26,7% - 18 лет; 24,4% - 19 лет; 17,8% - 20 лет; 17,8% - 21 год и 13,3% - 22 года.

Опрос показал, что большинство респондентов (55,6%) до проведения опроса не были знакомы с понятием «биохакинг». Но при этом, многие используют в своей повседневной жизни различные атрибуты данного направления: БАДы, витамины – 26,7 % опрошенных; Умные часы – 20%;

Фитнес трекер – 13,3%; специальные приложения для отслеживания показателей здоровья – 48,9%. Однако треть респондентов отметила, что не пользуется данными атрибутами. Участники опроса также пользуются следующими технологиями биохакинга: занятия спортом – 73,3%, косметические процедуры – 42,2%; медицинские обследования – 26,7%; генетические тесты – 2,2%. Также можно отметить, что 40% из числа респондентов пользуются ими каждый день. Только 13,3 % среди опрошенных ответили, что данные технологии в их жизни не присутствуют. Большинство респондентов отметило, что они готовы тратить средства для улучшения своего здоровья (ответ «да» - 24,4%; «скорее да, чем нет» - 53,3%). Таким образом, можно заметить, что большинство студентов заботятся о своем здоровье, отслеживают и стараются улучшать его показатели. На это могла повлиять тенденция перехода на ЗОЖ среди молодежи разных стран мира.

Далее был проведен анализ качества питания студентов. 80% из них утверждают, что их рацион состоит из полезной и вредной пищи, у 13,3% доминирует неправильное питание и лишь у 6,7% преобладает здоровая пища. Однако, 53,3% опрошенных готовы переплачивать за полезную еду. Можно сделать вывод, что студентов волнует вопрос о здоровом питании, но многие из них вынуждены сочетать его с вредной пищей. Это может быть связано с малым количеством мест, где продается доступная полезная еда или недостаточным уровнем рекламы данной продукции.

После ответа на основные вопросы 75,6% респондентов отнесли себя к сторонникам биохакинга (ответ «да» - 55,6%; «скорее да, чем нет» - 20%). Это может говорить о том, что данное направление может стать успешной маркетинговой стратегией для производителей медицинских препаратов, спортивных залов и фитнес-клубов, косметологических центров, ресторанов правильного питания, данная тема требует особого внимания маркетологов.

### **Список литературы:**

1. Зотов А.В. Биохакинг. Преимущества, проблемы, перспективы / А.В. Зотов, В.А. Филиппенко // Наука молодых – будущее России. – 2019 г. – С. 389-393. [Электронный ресурс] – Режим доступа:<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41709258>
2. M-HealthCongress. Что такое биохакинг и зачем он нужен [Электронный ресурс] / M-HealthCongress – 2018 – Режим доступа: <https://mhealthcongress.ru/ru/article/chtotakoe-biohaking-i-zachem-on-nugen-87349>  
Medium.com. [Электронный ресурс] – Режим доступа:<https://medium.com/hackernoon/im-32-and-spent-200k-on-biohacking-became-calmer-thinner-extroverted-healthier-happier-2a2e846ae113>

## ОЦЕНКА ОБОРОТНЫХ АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЯ ДЛЯ СНИЖЕНИЯ УГРОЗ ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

*Стец А.А., студент-специалист  
Аникиенко Н.Н., канд. эконом.наук, доцент  
Иркутский государственный аграрный университет  
имени А.А. Ежовского, г. Иркутск, Россия*

**Аннотация:** В данной статье рассматриваются основные теоретические аспекты оборотных активов предприятия. Поскольку для обеспечения экономической безопасности предприятия необходимо эффективное управление оборотными активами. Сегодня в России большинство компаний в связи с сокращением платежеспособности населения испытывают нехватку оборотных активов из-за роста дебиторской и кредиторской задолженностей.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, оборотные активы, платежеспособность, угрозы.

В наше время успешное функционирование российских компаний и процесс экономического развития во многом зависят от совершенствования их деятельности в области экономической безопасности.

Экономическая безопасность организации представляет собой состояние защищенности жизненно важных интересов организации от внутренних и внешних угроз, обеспечиваемое руководством и коллективом организации посредством осуществления мероприятий правового, экономического, организационного, инженерно-технического и социально психологического направлений [2, с. 243].

Рассмотрим структуру экономической безопасности на рисунке 1.



Рисунок 1 – Структура экономической безопасности предприятия

Экономическая безопасность и финансовая устойчивость организации зависят от текущего состояния и эффективности использования ее текущих активов. По этой причине компании стремятся обеспечить наиболее рациональное движение и эффективное использование оборотных средств.

Оборотные активы – это активы, участвующие только в 1 производственном цикле. Их стоимость полностью переносится на себестоимость изготовленной продукции [1].

Сущность понятия оборотных активов отражена на рисунке 2.

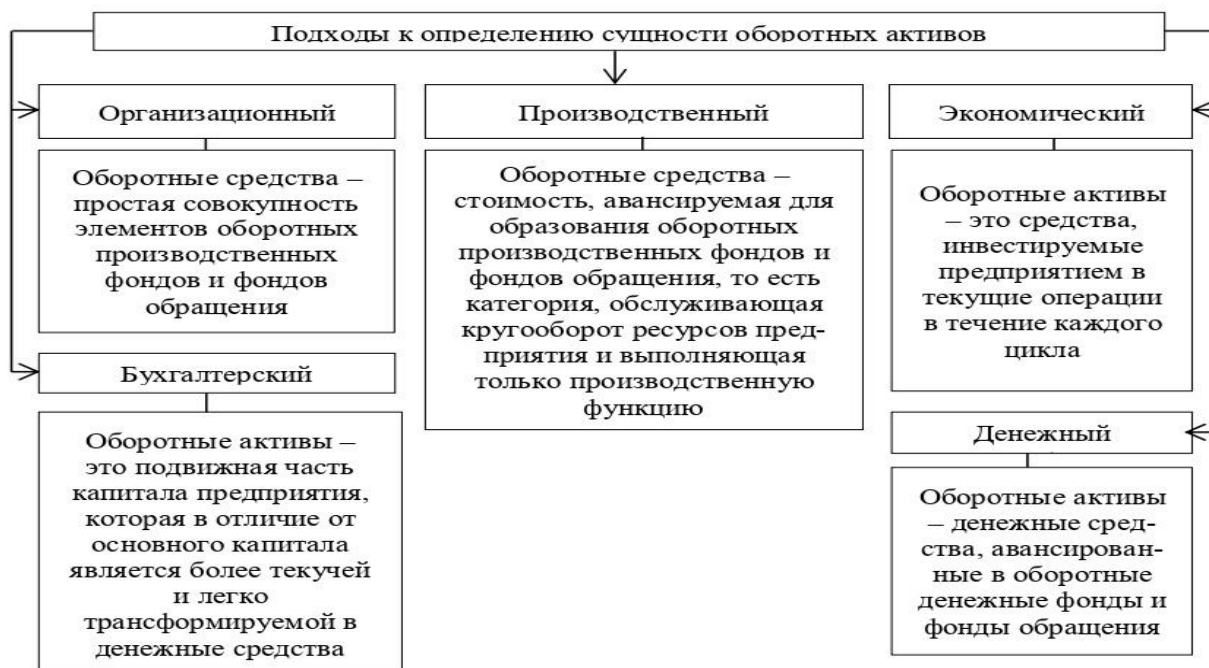


Рисунок 2 – Сущность оборотных активов

Под структурой оборотных средств понимается соотношение между элементами в общей сумме оборотных средств. Она зависит от отраслевой принадлежности предприятия, длительности производственного цикла, организационного типа производства и других факторов.

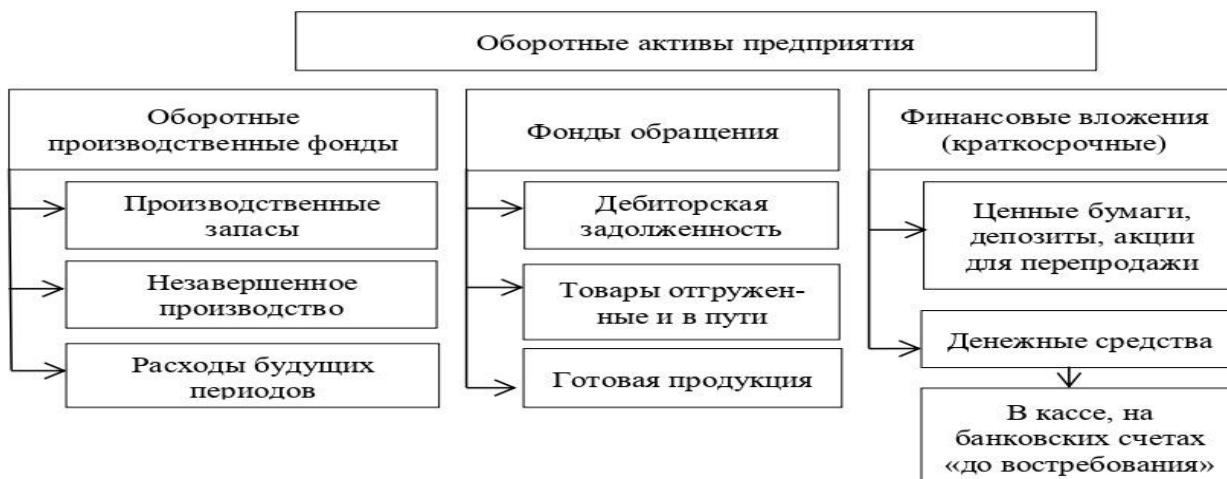


Рисунок 3 – Структура оборотных активов

Наиболее важными элементами в структуре оборотных активов являются: запасы, дебиторская задолженность и денежные средства. Неэффективное управление запасами может привести к увеличению кредиторской задолженности; дебиторской задолженности – к увеличению риска невозврата задолженности от покупателей; денежных средств – к сокращению платежеспособности предприятия [3, с. 32].

Проведем оценку оборотных активов на примере ИП Житнов и выявим влияние на экономическую безопасность предприятия.

В таблице 1 рассмотрим, насколько эффективно предприятие использовало свои оборотные активы, для этого проведем анализ деловой активности.

Таблица 1 – Эффективность использования оборотных активов

Показатели	Годы		Изменение (+/-)
	2018	2019	
Выручка от продажи, тыс. руб.	2158	2603	445
Себестоимость, тыс. руб.	2019	2343	324
Оборотные средства, тыс. руб.	947	987	40
Период оборота, дни	158	137	-21
Коэффициент оборачиваемости, разы	2,2	2,6	0,4
Эффективность оборачиваемости оборотных средств, тыс. руб.	(137-158)*2603/360=-151,8		

Оборотные активы предприятия используются эффективно, поскольку в результате сокращения периода оборота и ускорения оборачиваемости происходит высвобождение средств в размере 151,8 тыс. руб.

Таблица 2 – Показатели ликвидности предприятия

Показатели	Годы		Изменение (+/-)
	2018	2019	
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,06	0,07	0,01
Коэффициент срочной ликвидности	0,96	0,49	-0,47
Коэффициент текущей ликвидности	5,8	4,9	0,9

На основании анализа коэффициентов ликвидности можно сделать вывод, что у предприятия недостаточно денежных средств, оно может погасить только 7% (оптимально 20%) краткосрочных долгов за их счет. Также неэффективно используется дебиторская задолженность, т.к. коэффициент срочной ликвидности составил 0,49. Коэффициент текущей ликвидности превышает допустимое значение. Таким образом, негативно оказывает влияние на экономическую безопасность ИП Житнов излишек запасов в структуре оборотных активов, неэффективная политика управления дебиторской задолженности и недостаток денежных средств предприятия.

### Список литературы:

1. Бердникова Т. Б. Анализ и диагностика финансово — хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Т. Б. Бердникова. — М: ИНФРА — М, 2011. — 224 с.
2. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента: учеб. для вузов / И. А. Бланк. — М.: Омега - Л, 2014. — 656 с.
3. Выприцкая О.А. Проблемы управления оборотными активами предприятия // Финансовый менеджмент. — 2015. - № 6. — С. 31-36.

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

*Тарасова Алёна Юрьевна, студент-бакалавр  
Кондратьев Петр Николаевич, к.э.н.  
ФГБОУ ВО Великолукская ГСХА, г. Великие Луки*

**Аннотация:** В статье рассматриваются возможности применения контроллинга в формировании кадровой политики коммерческой организации.

**Ключевые слова:** кадровая политика, контроллинг, управление персоналом

Управление персоналом выступает одним из важнейших направлений в стратегическом развитии организации. В условиях рыночных отношений, а также происходящих усложнениях экономических связей, научно-технического прогресса и интенсивного развития производительных сил роль трудовых ресурсов существенно возрастает, поэтому к способностям сотрудников, их уровню знаний, а также квалификации предъявляются всё более высокие требования [1]. В связи с этим становится актуальным наличие в организациях эффективной и отлаженной системы управления, в рамках которой принимались бы более обоснованные управленческие решения, использовались более гибкие методы руководства, направленные на повышение эффективности использования кадрового потенциала организации.

Объектом исследования выступил телекоммуникационный оператор ООО «КВС», который оказывает широкий спектр услуг связи в г. Великие Луки и Псковской области частным организациям (в том числе предприятиям сфер АПК), муниципальным учреждениям, физическим лицам. Свою деятельность организация осуществляет со второй половины 90-х годов прошлого столетия. В настоящее время организация также предлагает подключение цифрового телевидения, аренду выделенных каналов связи, объединение локально вычислительных сетей, размещение веб-сайта на сервере, выполнение работ по проектированию и монтажу локальных вычислительных и структурированных кабельных сетей; размещение серверов в дата-центре и др.

На современном этапе повышения эффективности использования трудовых ресурсов наравне с технической оснащённостью, мотивацией ключевыми факторами выступают и инновационные инструменты управления, к которым относится кадровый контроллинг. Он нацелен на разработку различных показателей и их анализ по различным направлениям: неявка персонала на работу и нарушения трудовой дисциплины; текучесть кадров; качественная составляющая трудовых ресурсов (образование, уровень

квалификации, величина произведенной бракованной продукции и т.д.); социально-психологический климат в коллективе и др. [2]

Проведенные исследования выявили целый ряд факторов, оказывающих существенное влияние на спад эффективности использования трудовых ресурсов в организации: коэффициент постоянства состава сотрудников – 0,016; потери человеко-дней – 110; внутрисменные простои – 6,1ч. Учитывая результаты проведенного исследования, руководству ООО «КВС» рекомендуется создать службу «Кадровый контроллинг». Свою деятельность она может осуществлять в формате двух основных автоматизированных систем, которые позволят обрабатывать и обобщать всю информацию по персоналу организации. Такой системой может выступить программный продукт «1С:Зарплата и управление персоналом». По направлению обеспечения качественного найма и оценки персонала, выступит модель, построенная на оценке компетенций и представленная в качестве программного продукта «HR-Лаборатория HumanTechnologies Maintest-4», приложение «КОНКОМ». Его сфера применения – отбор, оценка производительности, мотивации, стимулирования, составление планов обучения и развития персонала. С помощью «КОНКОМ» в ООО «КВС» могут быть решены следующие задачи:

1. Расстановка кадров.
2. Отбор исполнителей на вакантную должность.
3. Составление планов обучения и развития персонала.
4. Эффективность подбора персонала:
  - персонал используется в соответствии с индивидуальными интересами, способностями, возможностями и, конечно же, в соответствии с его компетентностью;
  - подбор руководителей, способных адаптироваться в новых условиях работы;
  - повышение обоснованности кадровых решений о продвижении по карьерной лестнице персонала;
  - поддержание и развитие у работника ключевых компетенций, что ведёт к мотивации сотрудников;
  - согласование целей работников и администрации при управлении карьерой и др. [3]

В целом затраты на создание и функционирование данной службы для ООО «КВС» составляют 497286 руб.

Ключевыми направлениями внедряемой службы должны стать: профессиональная ориентация и социальная адаптация в коллективе; подготовка кадров в целях обеспечения высокой производительности труда работников; оценка результатов трудовой деятельности; анализ текучести кадров; оценка влияния мотивации и стимулирования на производительность

труда и т.д.

Служба «Кадровый контроллинг» должна предупреждать о негативных тенденциях в области использования персоналом, работать на опережение, учитывать и опираться на полученные результаты в следующем отчетном периоде, своевременно информировать руководство ООО «КВС» с целью принятия соответствующих эффективных решений в области использования персонала. Например, для формирования соответствующей объективной оценки причин увольнения сотрудников в организации по собственному желанию службой может быть проведено анкетирование данной группы сотрудников, по результатам которого будут выявлены фактические причины увольнения. Далее в расчет коэффициента текучести кадров в ООО «КВС» будет приниматься только численность персонала, который уволился по причинам, зависящим от работодателя. То есть, в расчет будет приниматься только численность персонала, увольняющегося в связи с низким уровнем заработной платы, неудовлетворительными условиями труда и т.д. Таким образом, руководство ООО «КВС» будет получать резерв снижения текучести персонала по зависящим от предприятия причинам, и снижение данного показателя можно трактовать как успешную деятельность службы «Кадровый контроллинг», направленную на рост эффективности использования трудовых ресурсов.

Исходя из опыта предприятий, в которых данная служба была введена в действие несколько лет назад, учитывая международный опыт, опираясь на экспертные оценки в области кадрового контроллинга, нами были рассчитаны показатели, отражающие эффект от внедрения и работы рекомендуемой службы. За основу расчетов были взяты нижние границы следующих направлений: рост продолжительности рабочей смены; сокращение текучести кадров; снижение внутрисменных простоев; рост производительности труда за счет стимулирования и мотивирования, формирования социальной защищенности в организации, по экспертной оценке. В первый год создания предлагаемой службы «Кадровый контроллинг» получит эффект, равный 3187128 руб.

Таким образом, использование компетентного подхода является не просто желательным, а необходимым, поскольку позволяет полноценно выявить потенциал и способности сотрудников, грамотно построить систему обучения и развития кадров предприятия, а, следовательно, максимально повысить использование трудовых ресурсов в ООО «КВС».

#### **Список литературы:**

1. Базаров, Т.Ю. Управление персоналом. Практикум: учеб. пособие / Т.Ю. Базаров. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 239 с.
2. Контроллинг на промышленном предприятии: учеб. / А.М.



Карминский, С.Г. Фалько, И.Д. Грачев; под ред. А.М. Карминского, С.Г. Фалько. – М.: ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2019. – 304с.

3. Подбор управленческого персонала на основе компетентностного подхода [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hr-portal.ru/article/podbor-upravlencheskogo-personala-na-osnove-kompetentnostnogo-podhoda>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.

УДК 330.322.21

## **ОПТИМИЗАЦИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПОТОКОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КОМПАНИЙ НЕФТЯНОЙ ОТРАСЛИ**

*Тюхтюнова Александра Вячеславовна, студент-специалист  
Чугаева Юлия Анатольевна, к.э.н., доцент  
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет  
имени И.Т. Трубилина», г.Краснодар*

**Аннотация:** В статье рассмотрены основные направления совершенствования инвестиций нефтяной отрасли. Представлен анализ состояния основных фондов ТЭК. Предложены мероприятия, направленные на оптимизацию инвестиционных потоков и обеспечение экономической безопасности предприятий нефтяной отрасли.

**Ключевые слова:** инвестиции, инвестиционные потоки, основные фонды, экономическая безопасность.

С целью реализации целей и задач, представленных в Энергетической стратегии до 2030 г., необходимо привлечение значительных инвестиционных ресурсов. Ключевыми источниками инвестиций в ТЭК являются собственные средства, а именно: амортизационные отчисления и прибыль. Необходимо отметить, что нефтяная отрасль нуждается в оптимизации инвестиционных потоков и привлечении дополнительных инвестиций.

Высокая степень износа основных фондов является одной из основных угроз экономической безопасности компаний ТЭК. В условиях физической изношенности основного капитала без необходимого уровня инвестиций будут отсутствовать условия экономического роста и обеспечения устойчивого долгосрочного развития экономики. Степень износа основных фондов добывающей промышленности значительно выше степени износа основного капитала в экономике в целом. В 2018 году износ основных фондов в экономике составил 46,6%, добывающей промышленности – 57,8% (рисунок 1) [2].

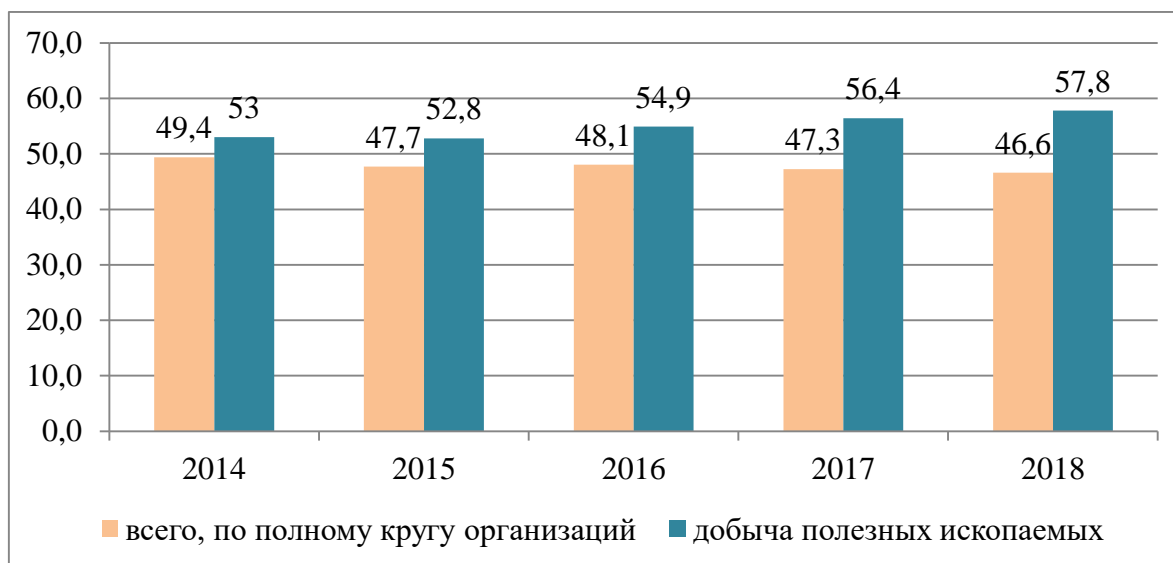


Рисунок 1 – Степень износа основных фондов на конец года, % [1]

Одной из основных внутренних проблем отрасли ТЭК является высокий износ и недостаточные темпы обновления основного капитала, что наравне с истощением действующих месторождений, ростом затрат и рисков при освоении удаленных месторождений с неразвитой инфраструктурой угрожает экономической безопасности компаний нефтяной отрасли [3].

Экономическая безопасность компаний нефтяной отрасли является проблемой уровня обеспечения национальной безопасности. Нефтегазовые доходы обеспечивает значительную часть доходов государственного бюджета – около 40%, по предварительным итогам за 2019 год [2]. Кроме того, компании нефтяной отрасли являются крупнейшими налогоплательщиками, работодателями и, следовательно, играют системообразующую роль в экономике России. В России в последние годы доля инвестиций в ВВП относительно других стран остается на крайне низком уровне. Средний мировой показатель доли инвестиций в 2018 году составил 26%, и рост достигнут за счет Китая, где показатель возрос до 45,2%.

За 2017-2018 гг. показатель доли инвестиций в основной капитал ВВП России сократился с 21,4 % до 20 %. Согласно Указу Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», к 2024 г. необходимо увеличить объем капиталовложений до 25% от ВВП. В данный момент предпосылки к исполнению Указа в этой части отсутствуют. Так, в первом полугодии 2019 года инвестиции в добычу полезных ископаемых, на которые приходится чуть больше четверти всех инвестиций в основной капитал в российской экономике, выросли на 5,3% в годовом выражении, в том числе, в добычу нефти и газа на 3,8%, а в добычу угля на 36,3% [2]. В 2018 г. нефтегазовый сектор, включая трубопроводный транспорт, внес отрицательный вклад в динамику инвестиций в основной капитал.

Инвестирование нефтегазовой отрасли является необходимым условием для безопасности экономики России по причине её ресурсной направленности [4]. Необходимость привлечения инвестиций является одной из экономических стратегий развития отрасли. При этом, нефтегазовая отрасль является одной из наиболее капиталоемких отраслей. Для ТЭК характерны следующие проблемные области:

- истощение действующих нефтяных месторождений, стагнация добычи, которые вызывают необходимость освоения нефтяных месторождений континентального шельфа арктических и дальневосточных морей, Восточной Сибири, где требуются инвестиции в развитие самой отрасли и инфраструктуры;

- уменьшение размеров и ухудшение качества новых месторождений требуют увеличения капиталоемкости освоения месторождений;

- рост затрат на импорт оборудования и материалов при отставании технической оснащенности нефтепереработки;

- высокая изношенность и моральное устаревание основных фондов;

- необходимость дополнительных инвестиций для увеличения коэффициента извлечения нефти.

Таким образом, остается актуальной проблема высокого уровня износа основных фондов при росте затрат и рисков освоения новых месторождений и низким уровнем инвестиций в основной капитал предприятий нефтяной отрасли. На наш взгляд, с целью обеспечения экономической безопасности компаний нефтяной отрасли следует на государственном уровне решать проблемы оптимизации инвестиционных потоков посредством реализации следующих мероприятий:

- создание условий для роста частных инвестиций за счет улучшения инвестиционного климата, стабильных налоговых условий, создания внутренних финансовых ресурсов для инвестиций;

- использование налоговых льгот, субсидирования;

- активное участие в реализации инвестиционных проектов с государственным участием;

- стимулирование импортозамещения иностранных техники и технологий посредством использования инвестиций внутри страны,

- стабилизация добычи нефти и газа при развитии ее качественной обработки при невозможности природных ресурсов;

- создание условий для финансирования нефтяной сферы через механизмы венчурного инвестирования;

- финансирование перспективных проектов из государственных инвестиционных фондов.

### **Список литературы:**

1. Комментарии о Государстве и Бизнесе от 04.02.2020. - № 258 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dcenter.hse.ru/mon/71896859.html> (дата обращения: 10.01.2020).
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gks.ru> (дата обращения: 10.01.2020).
3. Чугаева, Ю. А. Риск-менеджмент в системе корпоративного управления как фактор улучшения состояния бизнеса компаний нефтяной отрасли / Ю. А. Чугаева, И. В. Снимщикова // Общество: Политика, Экономика, Право. – 2011. – № 3.
4. Шевкуненко М.Ю., Мельников А.Б. Криминализация функционирования агропромышленного комплекса как угроза экономической безопасности России // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2019. – №79 – С. 33-38

УДК 332

## **ОСОБЕННОСТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СЕЛЬСКИХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ С ОАО «ХЛЕБНАЯ БАЗА №3» НА ОСНОВЕ ЗАКЛЮЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРАКТА**

*Халецкая А.В., магистрат*

*Погребцова Е.А., канд. экон. наук, доцент*

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина»*

**Аннотация:** Проанализирована трактовка различными авторами понятия «экономического механизма». Проведен анализ влияние внешних и внутренних факторов на деятельность ОАО «Хлебная база №3» Москаленского района Омской области. Предложено совершенствование экономического механизма взаимодействия сельских товаропроизводителей Москаленского района, перерабатывающего предприятия и Администрации, на основе заключения государственного контракта.

**Ключевые слова:** экономический механизм, государственный контракт, перерабатывающее предприятия, сельскохозяйственный товаропроизводитель.

В современных условиях экономический механизм взаимодействия является основным направлением разработки определенного пути совершенствования между сельскохозяйственными производителями и перерабатывающих предприятий [1]. Необходимо рассмотреть различные

трактовки понятия «экономического механизма» (табл.1)

Таблица 1 - Понятие «экономического механизма»

Автор	Понятие
А.А. Ткаченко	представляют собой многофакторное явление. Понимание сущности и структуры экономических отношений дает возможность эффективно применять те или иные механизмы проводимой социально-экономической политики в стране более эффективно.
З.Т. Новиковой, А.П. Трутнева	представляют собой объективную направленность хозяйственной деятельности людей, определяющейся их местом в системе общественного производства.
Е. В. Романова	это отношения между людьми, возникающие в процессе производства, распределения, обмена и потребления материальных и духовных благ и услуг.
Н.А. Креймзр	Утверждает, что в широком смысле «механизм» представляет собой внутреннее устройство какого-либо аппарата, приводящее его в действие. Механизм с точки зрения экономики может быть представлен как специфическая совокупность элементов, состояний и процессов, расположенных в данной последовательности

Таким образом, нами исследованы определения различных авторов и сформировано обобщающее определение: экономический механизм - это совокупность методов и рычагов экономического воздействия на товаропроизводителей с целью усиления мотивации их производственной и инвестиционной деятельности. Основные элементы экономического механизма – цены, налоги, кредит, бюджет, страхование.

Для Омской области элеватор ОАО «Хлебная база № 3» -достаточно крупное предприятие, его складские мощности составляют 143 тыс. тонн. Основной задачей элеватора остается приемка зерна, выращенного товаропроизводителями Москаленского, а также Марьяновского и Исилькульского районов, подработка и сушка зерна до заданных кондиций, и, конечно, его хранение и отгрузка. Отметим, что, помимо давальческого зерна, на элеваторе хранится зерно государственного резерва и интервенционного фонда. Для того чтобы определить сильные и слабые стороны ОАО «Хлебной базы № 3», нужно составить перечень параметров, по которым будет оцениваться общество, и определить, какой из параметров будет сильной стороной, а какой – слабой (табл.2).

ОАО «Хлебная база № 3» без построения соответствующего экономического механизма взаимодействий невозможно формирование эффективное производства в агропромышленном комплексе, адаптироваться к условиям рынка, обеспечивающего сбалансированное и стабильное развитие предприятия.

Одним из мероприятий по разработке основных направлений совершенствования экономического механизма взаимодействия с сельскими товаропроизводителями является заключение государственных контрактов на

выгодных условиях [2].

Таблица 2 - Влияние внутренней и внешней среды на деятельность ОАО «Хлебной базы № 3»

<p><u>Сильные стороны:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-близость к Западно - Сибирской железной дороги, посредством которой осуществляется транспортировка продукции заказчикам;</li> <li>-наличие необходимого оборудования и достаточный объём мощностей для хранения и подработки зерна;</li> <li>-наличие собственной лаборатории, оснащенной всем необходимым оборудованием.</li> </ul> <p><u>Возможности:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-формирование клиентской базы новыми поставщиками зерна;</li> <li>-формирование и поиск дополнительных каналов реализации;</li> <li>-возможное увеличение объёмов оказываемых услуг в следствии повышения урожайности зерновых культур в хозяйствах района.</li> </ul>	<p><u>Слабые стороны:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-незначительная клиентская база, отсутствие партнеров за пределами региона;</li> <li>-отсутствие службы маркетинга, программы маркетинга;</li> <li>-ассортимент реализуемой продукции, товаров, работ и услуг не отличается от ассортимента конкурентов;</li> </ul> <p><u>Угрозы:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-введение законопроектов, связанных с производительностью зерна;</li> <li>-снижение демографии в Москаленком районе;</li> <li>-наличие крупных конкурентов. Это Марьяновский и Исилькульский элеваторы, обладающие большими мощностями.</li> </ul>
--	--

Для заключения государственного контракта было объявлено об открытии тендера на участие, начальная цена которого составляет 15 500 000 руб., количество закупаемого зерна – 1 000т., затраты на закуп зерна и хранение входят в сумму контракта. Хранение на элеваторе ОАО «Хлебная база №3» состоит от одного до двух месяцев. Проведя анализ по отбору поставщика установлено, что ОАО «Элита» готов поставить зерно по цене 12 000 за 1 тонну, однако заключения контракта выгоднее осуществить с ООО «Удобное», так как данное предприятие располагает необходимым количеством зерна и по интересующей нас цене.

Таблица 3 - Обязанности сторон при государственного контракта

Поставщик	Посредник	Заказчик
<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществить доставку зерна до Посредника в количестве – 1 000 т., зерно должно быть 2 – 3 класса, иметь клейковину 28-36%. Транспортировка осуществляется силами ООО «Удобное». Сроки поставки зерна в течение 2-х недель после уборочной компании.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Принять товар, поставленный Поставщиком в указанном количестве, содержащим все критерии приёмки зерна указанных выше.</li> <li>- Оказать должное хранение поставленного товара до вывоза товара в адрес Заказчика.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Произвести оплату в полном объеме за приобретаемый товар;</li> <li>- В сроки указанные в настоящем договоре забрать товар в полном объеме.</li> </ul>

Заказчиком является Администрация Москаленского района, посредником ОАО «Хлебная база №3», поставщик ООО «Удобное».

Обязанности сторон представлены в табл. 4. Сумма государственного контракта на поставку зерна составляет – 15 500 000 руб. Затраты на приобретение зерна в количестве 1 000 тонн, составят 11 000 000 руб. ОАО «Хлебная база №3» получить прибыль в размере 2 289 830 руб.

Таким образом, заключение государственного контракта позволит «Хлебная база № 3» Москаленского района получить дополнительную прибыль в размере более 2 тыс. руб.

#### **Список литературы:**

1. Анисимов А.И. Экономический механизм взаимоотношений в структурных подразделениях сельскохозяйственных предприятий: монография /А. И. Анисимов. ГНУ НИИЭОАПК ЦЧР РФ,- Воронеж, 2017.-179 с.

2. Беляев А.Е. Совершенствование структуры управления АПК и экономического механизма управления аграрными интегрированными формированиями / Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. -2015. - №7.- С.67-70.

УДК 658.818

### **АВТОМАТИЗАЦИЯ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

*Чич Алина Альбертовна, студент-магистр  
Франциско Ольга Юрьевна, к.э.н., доцент  
ФГБОУ ВО КубГАУ им. И.Т. Трубилина, г. Краснодар*

**Аннотация:** В статье рассмотрена актуальность и необходимость внедрения системы автоматизации работы предприятий общественного питания, рассмотрены особенности автоматизации отдельных процессов работы ресторана.

**Ключевые слова:** бизнес, общественное питание, ресторан, автоматизация, сотрудник ресторана, система управления рестораном.

В настоящее время система автоматизации работы ресторана, бара и кафе – это не модное новшество, а необходимое условие конкурентоспособности всего бизнеса. Без специализированных программ нельзя организовать контроль за работой персонала, продажи не поднимутся, а издержки будут постоянно расти. Все процессы, которые происходят в заведении, нужно отслеживать. Важно соединить в одном софте деятельность кухни, зала, склада и кассы, а также учесть возможность проводить там бухгалтерию. Установка специализированного программного обеспечения сделает проще жизнь и

работникам, и руководству [1].

Система автоматизации ресторанного бизнеса позволяет сотрудникам управлять продажами, вносить изменения, касающиеся клиентов:

- принимать заказ;
- рассчитывать;
- выдавать чек о полученной услуге.

С помощью ПО можно управлять:

- маркетингом – делать скидку на блюдо или чек, проводить рекламные акции;
- логистикой – заказывать продукты, отслеживать их место;
- бухгалтером – вести весь необходимый учет удобно, когда персонал постоянно пробивает чеки и отмечает, когда определенная продукция закончилась.

Простое программное обеспечение значительно увеличивает производительность труда и качество, с которым работники обслуживают посетителей, а также позволяет контролировать все процессы, происходящие в заведении.

С помощью систем автоматизации деятельности предприятий общественного питания реально оптимизировать каждый этап, который проходит клиент в стенах кафе, ресторана или бара [2].

Рассмотрим более подробно зоны, которые затрагивает автоматизация работы предприятия общественного питания:

1. Зал. Цель персонала здесь – принять заказ и внести его в базу. Для этого есть терминал на стойке бара, но при наличии достаточного бюджета владельцы бизнеса могут выдать карманные компьютеры или планшеты. Это выгодное решение, так как минимизируется процент ошибок, а скорость передачи данных возрастает. Все, что официант внес в карточку и сохранил, уходит на кухню или в бар в зависимости от содержания заказа. Автоматизированная система управления рестораном ускоряет процесс, исключает ошибки и человеческий фактор.

2. Кухня и бар. Повар и его помощники получают заказ и начинают его готовить. Заказанное будет либо светиться на специальном дисплее, либо распечатывается и размещается на видном месте. Это позволяет исключить проблему, когда официант передал весь перечень блюд, которые хочет посетитель, но одно из них забыли приготовить. Закрывать заказ должен человек, который занимался приготовлением, ведь он уверен в окончании задания.

С баром все происходит по аналогии с кухней. Задача бармена – максимально быстро приготовить требуемое и передать официанту. Чтобы не допустить воровства и мошенничества на стойке, нужно вводить автоматизацию – система значительно уменьшит риски. Можно поставить на



розлив контроллера, который не позволит наливать меньше положенного [3].

3. Касса. Когда все блюда и напитки посетитель выпил, ему приносят пречек. Это бумага, на которой фиксируется подробный перечень заказанного с указанием объемов и суммы за каждый пункт. Его предоставляют с информационной целью – уточнить, сколько он должен заплатить. Затем клиент выбирает удобный ему способ оплаты, вносит деньги. После ему отдают фискальный чек, оформленный по всем правилам.

4. Склад. Автоматизация учета в ресторане обязательно затрагивает все, что находится на складе. Поступившая продукция и сырье регистрируется в системе, как и все их передвижения внутри кафе вбиваются в программу в момент приемки с помощью терминала для сбора данных. С него информация попадает в общую базу. Когда какой-либо продукт потребуется повару, их передадут на кухню. После закрытия чека ингредиенты списываются с баланса в том объеме, который будет указан в карте калькуляции. Этот показатель зависит от стандартного количества составляющих с возможностью корректировки.

5. Бухгалтерия. Происходящее в стенах заведения передается в бек-офис, выглядит это как отчетность, которую нужно анализировать. На основе полученных данных бухгалтер начисляет зарплату. Так же он будет отправлять отчеты в налоговую службу и выполнять остальные рабочие обязанности.

6. Менеджмент. Аккумуляция информации по предоставленным услугам дает возможность проводить анализ деятельности предприятия, отслеживать эффективность каждого сотрудника, тот вклад, который он несет в общее дело, проверять производительность фирмы в целом.

7. Клиентский сервис. Включает в себя различные программы поощрений гостей предприятия общественного питания. С помощью него проводятся скидки постоянным посетителям, осуществляется резервирование любимого места, доставка готовой продукции по городу и пригороду. Важно продумать цепочку так, чтобы люди хотели возвращаться. Качественная система лояльности не только удержит старых посетителей, но и позволит привлечь новых [4].

Рынок ресторанного бизнеса не стоит на месте. Каждому бару и другим предприятиям общественного питания необходимо постоянно развиваться, стараясь обойти конкурентов и ускорить все процессы в стенах заведения. Использование автоматизации позволяет сократить издержки, уменьшить списания просроченного товара, увеличить прибыль и улучшить качество обслуживания посетителей. Иногда это не просто переход на новый уровень, а настоящий прорыв.

### **Список литературы:**

1. Автоматизация ресторана [Электронный ресурс]. - Режим доступа:

<https://joinposter.com/business/restaurant>.

2. Жудеева О.Г., Франциско О.Ю., Стариков М.И. Совершенствование системы мотивации персонала предприятий торговой недвижимости // Информационное общество: современное состояние и перспективы развития. – 2019. – С. 216-218.

3. Франциско О.Ю., Франциско П.Ю. Анализ специфики стиля руководства в управлении гостиничным предприятием // Теория и практика современной аграрной науки. – 2019. – С. 659-663.

4. Франциско О.Ю., Патрин Ю.В., Франциско П.Ю., Уминская Н.Е. Совершенствование организации процесса коммуникаций в гостиничном предприятии // Экономика и предпринимательство. 2019. № 2 (103). С. 1158-1162.

УДК 334.722:63

## УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ЖИВОТНОВОДЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

*Юрова Алина Дмитриевна, магистрант  
Соколова Алла Павловна, канд. экон. наук, доцент  
ФГБОУ ВО Кубанский ГАУ имени И. Т. Трубилина, г. Краснодар*

**Аннотация:** В статье определяются основные подходы к оценке эффективности продукции животноводства, выходящие за пределы финансовых показателей. Предлагается система управления эффективностью, основанная на стратегическом подходе к развитию отрасли.

**Ключевые слова:** управление эффективностью, финансовые показатели, бизнес-процессы, компетенции персонала.

Рост экономической эффективности продукции аграрных предприятий является одной из наиболее важных задач, стоящих перед российскими аграриями. Актуальность этой задачи определяется необходимостью обеспечить россиян качественными и доступными продуктами питания, решить проблемы импортозамещения, повысить уровень устойчивости функционирования сельскохозяйственных предприятий. С этой целью необходимо разработать механизм повышения эффективности, заключающийся в определении ключевых целевых показателей эффективности и последовательных управленческих решений для достижения этих показателей в конкретные периоды времени.

Прежде всего, следует понимать, что эффективность отрасли является залогом успешной реализации стратегии предприятия, а, следовательно,

должна рассматриваться с этой точки зрения. То есть необходимо понимать, какое место занимает отрасль в достижении предприятием устойчивого долгосрочного развития, и на основании этого определять приоритеты ее развития.

Показатели эффективности животноводческой продукции нельзя ограничить только перечнем общепринятых финансовых показателей, таких как рентабельность и чистая прибыль. Финансовые показатели – это результат тех усилий, которые были совершены в прошлом. Поэтому мы считаем, что в систему показателей эффективности отрасли следует внести следующие показатели, взаимно дополняющие друг друга и позволяющие сформировать условия успешного долгосрочного развития отрасли:

- финансовые результаты, такие как чистая прибыль, чистый доход, коммерческая рентабельность. Эти показатели в первую очередь позволят акционерам компании создать о ней благоприятное впечатление как об источнике инвестирования;

- уровень удовлетворенности потребителей продукции. Определяется устойчивостью взаимоотношений с потребителями продукции, глубиной проникновения на рынки, формированием новых каналов реализации;

- бизнес-процессы, которые включают, прежде всего, коммуникации и технологии;

- профессиональная подготовка специалистов, в значительной степени определяющая уровень производительности труда, возможность внедрения инноваций [1].

Такой подход к оценке эффективности отрасли является уникальным, то есть применим к любой отрасли. С одной стороны, он позволяет оценить прежние усилия по развитию деятельности, с другой – создание условий для ее дальнейшего развития. Для животноводческой продукции это является наиболее актуальным, поскольку показатели развития отрасли свидетельствуют о наличии нерешенных проблем, и пока нет оснований говорить об устойчивых положительных тенденциях.

В аграрных предприятиях Краснодарского края, несмотря на общий высокий уровень развития сельского хозяйства, показатели животноводства за последние четыре года существенно сократились. Общий размер полученной прибыли с 2015 г. по 2018 г. сократился более чем в два раза – с 5714 млн рублей до 2708 млн рублей. Рентабельность за этот же период снизилась с 27,1 % до 13,1%. Это ни что иное как непродуманное управление отраслью, сконцентрированное только на получении сиюминутной выгоды, несмотря на необходимость создания базы для развития отрасли [3].

Инвестиции в первую очередь направляются на приобретение высокопродуктивных животных, строительство новых животноводческих комплексов. Это приносит положительные результаты, поскольку повышается

продуктивность. Например, в аграрных предприятиях Краснодарского края надой молока на одну корову за анализируемый период вырос с 6247 кг до 7022 кг, среднесуточный привес одной головы скота – с 666 до 714 граммов. Однако это не позволило получить высокие финансовые показатели, поскольку значительно выросли затраты на производство продукции при одновременном снижении цены [2].

Мы считаем, что главная причина сложившейся ситуации заключается в неумении управлять эффективностью отрасли. Этот процесс должен включать следующие этапы:

1. Сформировать стратегию развития отрасли животноводства, как часть общей стратегии развития предприятия. Это позволит понять, в какой степени развитие отрасли позволит достигнуть общих стратегических целей, какое место занимает отрасль в деятельности предприятия в целом и разработать комплекс согласованных решений. Если животноводство является доминирующим направлением развития предприятия, следует сформировать все условия, которые касаются ее развития, и согласовать намеченные действия по развитию кормовой базы, инфраструктуры, логистики, маркетинга, кадрового обеспечения и прочее. Такой подход позволит избежать противоречий в принятии текущих решений.

2. Определить систему показателей, позволяющих в совокупности оценить достигнутые результаты. Наряду с финансовыми результатами, следует включить в общую систему и показатели, связанные со степенью удовлетворенности потребителей, компетенциями персонала, качеством бизнес-процессов. Это доля рынка, которую занимает продукция предприятия, цена реализации, отражающая сравнительное качество продукции, количество работников, имеющих подготовку по наиболее значимым компетенциям, уровень инновационности бизнес-процессов, производительность труда и прочее.

3. Разработать систему последовательных действий по достижению установленных показателей с указанием контрольных точек, то есть промежуточных показателей. Для каждого целевого показателя должны быть определены ответственные за их достижение, финансовые затраты, сроки получения промежуточных показателей.

4. Сформировать систему мониторинга для понимания степени выполнения намеченных стратегических показателей, их корректировки в случае изменения бизнес-среды.

Такой подход к управлению эффективностью обеспечит создание необходимых условий для дальнейшего устойчивого развития отрасли.

#### **Список литературы:**

4. Литвиненко Г. Н. Материальное стимулирование труда работников

сельского хозяйства / Г. Н. Литвиненко, А. П. Соколова, А. В. Карманова, Н. Д. Карманова // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ). -Краснодар: КубГАУ, 2017. - №10(134). - С. 801-811.

5. Соколова А. П. Инвестиционная деятельность в АПК: новые возможности и решения / А. П. Соколова, В. Е. Гориславская. КАНТ. – 2014. - № 4(13). – С.25-31.

6. Соколова А. П. Использование современных технологий в АПК как фактор повышения эффективности отрасли / А. П. Соколова, Л. Ю. Богинович, Е. А. Кабанник // Экономика и предпринимательство. № 11 (88), 2017. – С. 907-911.

## **РАЗДЕЛ 5. «ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ НАУК»**

УДК81'25

### **ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЮРИДИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ**

*Анкуда Илона Владимировна, студент-бакалавр  
Нуретдинова Антонина Дмитриевна, старший преподаватель  
ГрГУ им. Я. Купалы, г. Гродно*

**Аннотация:** В данной статье приводятся подробные отличительные лексические и стилистические характеристики юридических документов.

**Ключевые слова:** юридический текст, отличительные черты, язык, переводчик, лингвист.

Юридическая документация играет значимую роль в правовой жизни нашего общества и государства. Документы юридической тематики выполняют одну из наиболее важных функций – регулирующую, поскольку их использование направлено на урегулирование правовых отношений между субъектами хозяйствования и государствами.

На основании того, что юридическая документация относится к официально-деловому стилю речи, ей уделяется достаточное внимание, касающееся правильного и грамотного оформления данной документации, а также особенностей юридических текстов и основных функций языка, действующих в правовой сфере.

Необходимо иметь в виду, что язык юридических текстов является точным и однозначным, исключает двойственное толкование каких-либо

положений правового документа.

Советский и российский правовед и юрист В.Б. Исаков отмечает, что для юридического языка свойственно наличие таких характеристик, как простота и надежность грамматических конструкций, исключающих двусмысленность, так как каждое положение в юридическом тексте должно нести лишь один смысл [1, с.67].

«Юридический текст, главным образом, передает когнитивную информацию» [3, с.20]. Это утверждение обусловлено применением стилистически нейтральной и книжной лексики, использование специальных терминов и формулировок, не употребляющихся в повседневной речи. Также следует отметить, что в юридической литературе общеупотребительные слова могут быть использованы в узкоспециальном значении.

На ряду с этим, кандидат филологических наук, переводчик И.С. Алексеева отмечает еще одну отличительную особенность юридических текстов – тавтологическая когезия. «Это прием, при котором в каждой следующей фразе повторяется одно и то же существительное, то есть существительные в последующих применениях не заменяются на контекстуальные синонимы» [3, с.43]. Благодаря применению данной особенности обеспечивается прозрачность передачи информации, преодоление множественной субъективной интерпретации.

Нельзя не заметить, что юридический текст выполняет не только познавательные, но и предписывающие функции. И.С. Алексеева подчеркивает, «что предписывающий характер информации юридического текста передается с помощью глагольных структур со значением модальности необходимости и модальности возможности («не могут», «должен осуществляться» и т.п.)» [4, с.101].

Известный советский лингвист Н.Д. Голев в своих научных работах упоминает об очевидной императивности правовых: «Для них неприемлема модальность сослагательного наклонения в любых ее оттенках (желательности, предположения, сомнения, допущения)» [5, с.22].

«Для синтаксиса юридических документов характерно использование необычно длинных предложений с придаточными предложениями уступки и условия; отсутствие местоимений-заменителей и в связи с этим повторы лексических единиц; большое количество пассивных конструкций, причастных оборотов, обстоятельств в постпозиции» [6, с.74].

Помимо выше сказанного, еще одной отличительной особенностью юридических текстов является то, что в большинстве случаев настоящее время глаголов превалирует над другими временами, что также обеспечивает объективность таких текстов. Также «в правовой документации содержится большое количество пассивных конструкций, что позволяет сосредоточить внимание читателя юридического текста на самом действии или факте,

абстрагируясь от деятеля» [5, с.27].

Кроме выше упомянутого, «к числу стилистических особенностей правовой документации относятся следующие отличительные черты: употребление архаичной и специализированной лексики, употребление модальных глаголов и инфинитивных оборотов, безличных конструкций и юридических штампов» [5, с.18].

Все выше сказанное позволяет понять, что юридический язык подразумевает специализированность лексики, которая охватывает широкий спектр правовых отраслей и институтов.

Таким образом, можно сделать вывод, что для юридической коммуникации характерны следующие особенности: официальность, точность, грамотность, краткость, стремление к наибольшей эффективности и осторожность. Особенностью правовой коммуникации является строгое соответствие общепринятым правилам составления и оформления документов.

Все вышеуказанные черты требуют от создателей юридических текстов следовать определенным правилам их оформления, соблюдать лингвостилистические особенности юридического текста.

#### **Список литературы:**

1. Исаков, В.Б. Язык права / В.Б. Исаков. – Барнаул, 2000. – С. 65–80.
2. Власенко, Н.А. Язык права: монография / Н.А. Власенко. – Иркутск: Норма-плюс, 1997. – 176 с.
3. Алексеева, И.С. Профессиональный тренинг переводчика: учеб.пособие / И.С. Алексеева. – Санкт-Петербург: СОЮЗ, 2004. – 288 с.
4. Алексеева, И.С. Введение в переводоведение / И.С. Алексеева. – Санкт-Петербург: СОЮЗ, 2004. – 352 с.
5. Голев, Н.Д. Юридизация естественного языка как лингвистическая проблема / Н.Д. Голев. – Жельвис, 1974. – С. 8–40.
6. Власенко, Н.А. Язык права: монография / Н.А. Власенко. – Иркутск: Норма-плюс, 1997. – 176 с.

УДК 796:378.663

### **ЗДОРОВЬЕСБЕРЕЖЕНИЕ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ВУЗА**

*Бабаева Анастасия Александровна, студент-специалист*

*Чернышева Елена Николаевна, к.п.н., доцент  
ФГБОУ ВО Великолукская ГСХА, г. Великие Луки*

**Аннотация:** статья посвящена вопросам, связанным с освоением

здоровьесберегающих компетенций в рамках занятий по дисциплине «Физическая культура и спорт». Адаптационные возможности организма происходят за счет использования в образовательном пространстве индивидуальных программ обучения, которые составляют основной фундамен, направленный на повышение физической работоспособности и функционального состояния обучающегося контингента.

**Ключевые слова:** физическая культура, деятельность, индивидуальные программы, образовательный процесс, здоровьесбережение.

Современные условия труда в сфере агропромышленного производства должны учитываться в процессе подготовки обучающихся сельскохозяйственного вуза к дальнейшей профессиональной деятельности. На первый план по актуальности выходит проблема, связанная с поиском эффективных средств физической культуры, которые в большей степени целенаправленны на здоровьесбережение. Особенность феномена физической культуры в отличие от других сфер деятельности состоит, прежде всего, в том, что естественным образом соединяет в единое целое социальное и биологическое в человеке. Процесс индивидуального развития, обучающегося выражается в совершенствовании форм и функций организма, реализации его физического потенциала.

Специалисты в области физической культуры [1], [2], [5] говорят о том, что этап формирования личности, обучающегося в системе высшего образования, происходит в противоречивых условиях: с одной стороны, информационные технологии оказывают положительное воздействие на интеллектуальный потенциал; с другой - способствует усилению действия ряда факторов, противодействующих полноценной психофизической адаптации организма к двигательной деятельности. В результате таких воздействий снижается уровень физиологических резервов организма, что в конечном итоге не благоприятно влияет на состояние здоровья и физической работоспособности обучающегося контингента. Деятельность современного студента специалисты [3], [4] характеризуют, как типичные особенности гипокинезии (ограничение двигательной активности) и, как следствие гиподинамии (ослабление мышечных усилий, необходимых для поддержания вертикальной позы, перемещения в пространстве и выполнения физических нагрузок). Между тем научными исследованиями установлено, что ограничение двигательной активности оказывает неблагоприятное влияние на психофизическое развитие и состояние здоровья человека на всех этапах онтогенеза [1], [3],[4]. Двигательный дефицит, в котором вынужденно существует большинство студенческой молодежи, значительно усугубляет возникновение различного рода заболеваний, способствует распространению вредных привычек и нарушению здорового образа жизни.



С позиций педагогического воздействия в нашем исследовании критериями контроля показателей функционального состояния и двигательной подготовки, обучающихся ВГСХА выступают [3]: социологический аспект (теоретический анализ, опрос, таблица 1); медико-биологический аспект (методы оценки функционального состояния организма, таблица 2); педагогические аспекты (контрольные упражнения, определяющие показатели двигательной подготовленности).

Таблица 1– Показатели психоэмоционального состояния обучающихся

Показатели	Инженерный факультет		Экономический факультет		Дост. различий р
	1 этап	2 этап	1 этап	2 этап	
М±О	<i>эмоциональное состояние</i>				
Самочувствие (баллы)	5,44±0,34	6,78±0,21	4,59±0,15	5,01±0,18	<0,05
Активность (баллы)	6,06±0,30	6,95±0,29	4,91±0,28	5,01±0,24	<0,05
Настроение (баллы)	5,43±0,35	6,85±0,27	5,09±0,27	5,43±0,28	<0,05

Интенсивность нагрузки на занятиях по дисциплине «Физическая культура и спорт» в рамках базовой и вариативной части [2],[3] следует контролировать не только по ЧСС, но и по интенсивности активации мышечных групп, задействованных в двигательных действиях. Значения ЧСС в аэробной части занятий должны составлять 110-150 уд/мин, при пиковых нагрузках 80-95% от максимальной нагрузки. Во время выполнения силовых упражнений ЧСС необходимо контролировать в диапазоне 130-140 уд/мин.

Таблица 2 - Показатели функционального состояния обучающихся

Группы		ЧСС в покое, уд/мин	САД в покое, мм.рт.ст.	ДАД в покое, мм.рт.ст.	ЖЕЛ факт, мл
ИНФ	курс	М±σ			
	1	90,72±11,07	123,45±5,59	82,36±7,44	2854,54±1152,7
	2	91,22±14,90	123,77±7,87	81,44±6,96	2777,77±560,75
	3	88,53±19,47	127,23±18,68	79,84±7,30	2588,46±708,91
Р		>0,05	>0,05	>0,05	<0,05
ЭКФ	1	90,76±18,66	122,23±12,14	79,53±6,53	2284,61±293,95
	2	86,0±16,43	123,90±9,91	78,54±7,55	2404,54±390,16
	3	75,18±10,11	116,23±10,08	75,61±7,03	2607,69±435,81
Р		<0,05	<0,05	>0,05	<0,05

Сравнительный анализ количественных показателей двигательной подготовленности указывает на положительную динамику в ее развитии. Так, в процессе исследования у обучающихся инженерного (ИНФ) и экономического (ЭКФ) факультетов установлен наибольший прирост в показателях, направленных на проявление: силы мышц брюшного пресса (ИНФ – 31,07%; ЭКФ – 23,49%, p<0,05); силы мышц верхнего плечевого пояса (ИНФ – 66,71%; ЭКФ – 57,58%, p<0,05); гибкости (соответственно 58,6%; 48,7%, p<0,05) и скоростно-силовой выносливости (17,85 %; 13,35%, p<0,05). Уровень двигательной подготовленности обучающихся факультетов на завершающем этапе исследования (3 курсе) составил выше среднего (37,82-38,27 балла).

В заключении можно отметить, что здоровьесбережение – это не самоцель, а естественная необходимость, на базе которой формируется психофизически развитая личность, способная постоянно совершенствовать свой потенциал. На наш взгляд, говоря о перспективах повышения эффективности, следует особо остановиться на получении быстрого эффекта от физкультурно-спортивных занятий в период обучения в вузе. В связи с этим приоритет в развитии физкультурно-оздоровительных форм должен отдаваться пользующимся популярностью видам физической активности.

### **Список литературы:**

1. Карташова, Е.В. Формирование точности бросковых движений битой у обучающихся вуза (на примере городошного спорта) /Е.В. Карташова, Е.Н. Карасева, Е.Н. Чернышева // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта //Научно- теоретический журнал. – № 2(168). - 2019. – С.196-199.

2.Кобзев, М.В. Здоровьесбережение – как важная составляющая в современном образовательном пространстве /М.В. Кобзев, Г.Т. Гаврилова, М.А. Суханова // Материалы международной научно-практической конференции. – № 1(48). – Новосибирск: СибАК, 2015.

3.Чернышева, Е.Н. Педагогический инструментарий распределения оптимального двигательного режима и контроля физического состояния студенческой молодежи ФГБОУ ВО Великолукская ГСХА/ Н.Н. Чернышева, Ю.В. Стрелецкая, Т.В. Калинина// Известия Великолукской государственной сельскохозяйственной академии. – 2018. –№1.– С.61–71.

4. Чернышева, Е.Н. Управление учебно-тренировочным процессом по легкой атлетике в условиях непрофильного высшего образования / Е.Н. Чернышева, Е.Н.Карасева //Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – № 3 (169). - 2019. – С. 373-38.

5.Чернышева, Е.Н. Реализация компетентностного подхода в процессе преподавания дисциплины «Физическая культура и спорт» в условиях высшего образования / Е.Н. Чернышева, Е.Н. Карасева, Д.К. Василевский, А.Е. Эрастов //Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2020. –1 (179).

УДК 796:378.663

### **ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНОГО КЛУБА В УСЛОВИЯХ ВЕЛИКОЛУКСКОЙ ГСХА**

*Бельчиков Михаил Алексеевич, студент-бакалавр  
Стрелецкая Юлия Владимировна, к.п. н., доцент  
ФГБОУ ВО Великолукская ГСХА, г. Великие Луки*

**Аннотация:** Современная трудовая деятельность обучающихся высших учебных заведений, напряженный жизненный ритм, предъявляют высокие требования к работе всех функциональных систем организма человека. Рассматривая специфику обучения на факультетах ВГСХА можно отметить, что процесс обучения характеризуется очень высоким уровнем компьютеризации, оказывается сильное информационное воздействие на субъект, возрастает умственная и эмоциональная нагрузка, происходят различного рода реакции функциональных систем организма, приводящие к утомляемости, торможению эффективности деятельности.

**Ключевые слова:** Спортивный клуб, студенческая молодежь, физическая культура и спорт, физическое и функциональное состояние, двигательная активность.

В период рыночных отношений, вследствие повышенного уровня конкуренции, к специалисту/бакалавру предъявляются повышенные требования к психическим и физическим возможностям состояния здоровья. Стрелецкая Ю.В. [1,2] отмечает, что в настоящее время в силу изменения социально-экономических отношений произошла трансформация потребностно-мотивационной сферы учащейся молодежи и смена активно-осознанной деятельности преподавателей. В связи с этим предпринята попытка исследовать физическое и функциональное состояние обучающихся ВГСХА, их отношение к физическому воспитанию

Цель исследования - оптимизировать процесс физического воспитания студенческой молодежи в системе высшего образования, адаптированного к условиям Спортивного клуба Великолукской ГСХА

На первом этапе нашего исследования проведен анкетный опрос обучающихся Великолукской ГСХА (111 второкурсников и 153 первокурсников). Проведенное анкетирование обучающихся ВГСХА показало, что из опрошенного количества обучающихся 12% считают физическую культуру не обязательной дисциплиной и она может быть выведена из общего расписания. Анализ данных по курсам свидетельствует, что отрицательное отношение к занятиям физической культуры на втором курсе значительно возрастает. Так, если на первом курсе таких обучающихся было 10,5%, то на втором - 14,3%. При этом на первом курсе активно тренируются в избранных видах спорта 11,8% анкетированных, а на втором этот показатель составил 10,2%. Опрос свидетельствует, что 32,5% анкетированных обучающихся увлекаются курением. Утренней гимнастикой на первом курсе систематически занимаются 13,2% обучающихся, а на втором - только 9,2%. Анкетный опрос свидетельствует, что 23,5% опрошенных регулярно посещают занятия физической культурой. Исходя из этого, следует заключить, что на первом курсе различными формами физического воспитания занимаются 81,5%, а на втором повышенную

двигательную активность поддерживают лишь 69,4% опрошенных.

В ходе исследования проведенные Стрелецкой Ю.В., [1,2] установлено, что уровень двигательной активности не мог не сказаться на физическом состоянии обучающихся ВГСХА. Так, среди опрошенных обучающихся второго курса 30,8% опрошенных имели гипертензивное артериальное давление, а у обучающихся первого курса повышенное давление было зарегистрировано у 14,5%. Частота сердечных сокращений (ЧСС) у обследованных студентов первого курса была несколько ниже и составила  $72,54 \pm 1,79$  уд/мин, против  $75,60 \pm 1,90$  у второкурсников (табл.1).

Таблица 1. Показатели физического состояния обучающихся I - II курсов.

Изучаемые показатели	X±m		Достоверность изменений	
	I курс, n = 42	II курс, n = 41		
Длина тела (см)	177,56± 0,74	176,68± 0,91	t = 0,75	p > 0,05
Масса тела (кг)	69,54± 1,41	70,92± 1,29	t = 0,72	p > 0,05
ЧСС в покое (уд. /мин)	74,64± 1,89	77,67± 1,95	t = 1,12	p > 0,05
ЖЕЛ (мл)	4570± 92,72	4350± 102,33	t = 1,59	p > 0,05
Экскурсия гр. клетки (см)	90,3± 0,41	89,3± 0,39	t = 0,65	p > 0,05
Бег 100 м (с)	14,2± 0,16	14,4± 0,37	t = 0,51	p > 0,05
Челночный бег 4x9м (с)	9,42± 0,18	9,39± 0,11	t = 0,43	p > 0,05
Подтягивание (раз)	12,2± 0,62	11,2± 0,84	t = 0,96	p > 0,05
Бег 3000 м (с)	813± 4,18	823± 2,61	t = 2,03	p < 0,05

Сравнительная оценка физических возможностей обучающихся I и II курса позволяет заключить, что первокурсники несколько быстры в беге на 100 метров. В челночном беге 4x9 м очень незначительное преимущество имеют второкурсники. Силовые показатели в подтягивании на перекладине у обучающихся первого курса выше по сравнению с данными второкурсников (табл.1). Результаты бега на 3000 метров свидетельствуют о том, что учащиеся на первом курсе показывают достоверно лучшие показатели выносливости, по сравнению с данными обучающихся II курса ( $p < 0,05$ ;  $t = 2,03$ ) (табл. 1).

Таким образом, анализ результатов исследований показывает, что сниженный режим двигательной активности обучающихся второго курса по сравнению с первокурсниками существенно влияет на функциональное состояние сердечнососудистой и дыхательной систем. Произошедшие функциональные изменения не могли не отразиться на физических возможностях обследуемого контингента. Особенно это отразилось на результатах в беге на 3000 метров. В то же время, сравнивая показатели активно тренирующихся студентов (4-6 раз в неделю) и, систематически выступающих на соревнованиях различного уровня, можно отметить, что функциональные возможности их организма существенно выше. Так, результаты бега на 3000 метров у них колебались от 630 до 710 секунд, ЧСС в покое составлял 56 - 68 уд./мин., а артериальное давление колебалось от 106/68 до 118/75 мм. рт. ст. С целью оптимизации процесса физического

воспитания студенческой молодежи в системе высшего образования и повышения показателей двигательной активности обучающихся ФГБОУ ВО Великолукская ГСХА организована работа Спортивного клуба.

Цель деятельности спортивного клуба в ВУЗе — содействие воспитанию всесторонне развитых специалистов, готовых к высокопроизводительному труду в избранной профессии и защите Родины, способных использовать и внедрять физическую культуру и спорт в учебно-производственную деятельность, поддерживать здоровый образ жизни, укреплять мотивационную сторону мышления. Основными задачами спортивного клуба являются: объединение усилий членов спортивного клуба и всех заинтересованных лиц в развитии спорта и массовой физической культуры; оказание методической и практической помощи в реализации спортивных инициатив обучающихся; развитие и укрепление связей со студенческими и молодежными спортивными организациями России и с международными студенческими спортивными организациями; пропаганда и популяризация студенческого спорта; организация физкультурно-спортивной работы с обучающимися; участие в спортивных соревнованиях различного уровня среди образовательных организаций Российской Федерации; развитие спортивного волонтерского движения; содействия обучающимся, членам спортивных сборных команд образовательной организации в создании необходимых условий для эффективной организации образовательного и тренировочного процессов;

#### **Список литературы:**

1. Стрелецкая Ю.В. Программно-целевая технология аэробного класса на протяжении учебного года в рамках элективных занятий по физической культуре в сельскохозяйственном вузе/ Ю.В. Стрелецкая, Т.В.Калинина // Материалы Всероссийской научно-методической конференции с международным участием, посвященной 100-летию высшего аграрного образования в Ивановской области. - Иваново, 2018. - С. 1281-1286

2. Технология аэробного класса с позиции программно-целевого подхода к построению учебного года в рамках элективных занятий по физической культуре и спорту в сельскохозяйственном вузе/ Ю.В. Стрелецкая // Известия Великолукской государственной сельскохозяйственной академии. – 2019. - №1. - С. 49-56.

УДК 796.015.59:378.663

### **САМОСТОЯТЕЛЬНЫ ЗАНЯТИЯ ФИЗИЧЕСКИМИ УПРАЖНЕНИЯМИ КАК СРЕДСТВО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ АПК**

*Болгаров Илья Александрович, студент-бакалавр  
Лавриненко Николай Иванович, к.п.н., доцент  
ФГБОУ ВО Великолукская ГСХА., Великие Луки.*

**Аннотация:** В настоящей статье, на основе экспериментальных данных, рассматриваются проблемы повышения уровня физической подготовки в вузе за счет повышения двигательной активности с применением в неурочное время комплексов самостоятельных занятий и даются некоторые рекомендации по их применению.

**Ключевые слова:** Физическое воспитание, физические упражнения, учебный процесс, самостоятельные занятия, двигательные качества.

Многочисленные исследования показывают, что чем выше двигательная активность студентов, тем выше их уровень физической и умственной работоспособности, они меньше подвержены стрессовым явлениям, возникающим в результате эмоциональных перегрузок во время учебных занятий, экзаменационных сессий и практикой (1), (2).

Главная особенность системы обязательного курса физического воспитания в вузе состоит в сложности достижения суммарного тренировочного эффекта нагрузки, как в недельном микроцикле, так между семестрами и годовыми циклами. Двухразовые занятия в неделю при относительно небольшой интенсивности, малом объеме нагрузок, а главное при их стандартности не создают условий для последовательного функционального совершенствования нервно-мышечного аппарата человека и энергетического обеспечения функций его организма, для развития физических качеств.

Кроме того, зимние и летние каникулы, экзаменационные сессии образуют длительные перерывы в учебном процессе по физическому воспитанию и снижают его эффективность, на что указывают наши исследования. В результате учебный процесс носит прерывистый характер со стандартными по объему и интенсивности функциональными нагрузками, что, с одной стороны, затрудняет их последовательное увеличение, а с другой – приводит к быстрой и стойкой адаптации к выполнению основных физических упражнений. При таких условиях важным фактором повышения эффективности учебного процесса является совершенствование структуры учебных занятий (1), (2), а также внедрение в повседневную жизнь студентов самостоятельных занятий физической культурой с учетом будущей профессиональной деятельности в сфере АПК.

Анализ результатов наших исследований показал, что абитуриенты, поступающие в вуз, имеют низкий уровень физической подготовленности, который не отвечает требованиям комплекса ГТО. Наиболее слабо развиты такие качества, как сила, быстрота и выносливость. Поэтому, предлагаемые

нами комплексы самостоятельных занятий были направлены на улучшение данных качеств.

Было установлено, что чем выше уровень развития двигательных качеств занимающихся, а, следовательно, и их физическая подготовка, тем заметнее влияние перерыва в занятиях по физическому воспитанию на снижение показателей, характеризующих эти качества. Но применение в данный период комплексов самостоятельных занятий физическими упражнениями способствует дальнейшему развитию физических качеств или незначительному снижению и поддержанию их на довольно высоком уровне, относительно исходного уровня.

Поэтому для успешного решения задач учебного процесса по физическому воспитанию, повышения уровня физической подготовленности, приобщения молодежи к постоянным занятиям физической культурой и спортом и выполнения оптимального режима двигательной нагрузки (8-10 часов в неделю), мы разработали и предложили студентам комплексы самостоятельных занятий физическими упражнениями, которые выполнялись во внеурочное время.

Следует отметить, что прежде чем приступить к самостоятельным занятиям, занимающиеся получают теоретические и практические знания, умения и навыки по методике применения комплексов самостоятельных занятий. При этом необходимо учитывать некоторые требования к комплексам упражнений: они должны быть знакомы и легко выполнимые, охватывать все основные мышечные группы, вызывать эмоциональный подъем, комплекс должен быть динамичным.

Кроме того, необходимо соблюдать следующие условия выполнения упражнений в самостоятельном комплексе: знать назначение каждого упражнения и влияние его на организм человека; соблюдать принципы обучения и тренировки; строго дозировать выполнение упражнений; после выполнения упражнений делать упражнения на гибкость.

Необходимо также отметить, что после двух месяцев занятий, комплексы самостоятельных занятий физическими упражнениями меняются на другие, предусматривается незначительное повышение объема и интенсивности.

В заключение необходимо отметить, что воспитание двигательных качеств студентов представляет собой сложный и многогранный педагогический процесс. Он затрагивает все стороны системы физического воспитания в высшей школе, включая учебную, спортивную и оздоровительную. Только целенаправленное решение поставленной задачи на основе применения эффективных средств физического воспитания позволит значительно улучшить физическую подготовленность занимающихся.

Следует также учитывать, что воспитание двигательных качеств ведется комплексно, ибо, воздействуя на одно из них, мы влияем на остальные. Все

зависит от того, каков уровень физической подготовленности занимающихся, и как велика нагрузка на занятиях по физическому воспитанию.

Поэтому, как бы ни были ограничены биологические возможности организма студентов, включая их недостаточную физическую подготовленность, следует помнить, что совершенствование физических качеств, а, следовательно, и физической подготовленности возможно лишь в том случае, когда физиологическая нагрузка занятий достаточно велика. Решение данной проблемы можно достичь только за счет увеличения объема двигательного режима занимающихся, т.е. комплексным применением обязательных и самостоятельных занятий физической культурой и спортом.

Анализ результатов нашего исследования показал, что комплексное применение учебных и самостоятельных занятий позволяет приобщить занимающихся к постоянным занятиям физической культурой, повышает объем двигательной активности студентов, способствует более существенному развитию физических и профессионально необходимых двигательных качеств.

Было установлено, чем больше времени отводится для занятий физическими упражнениями, тем существенней оказывается процент прироста показателей, характеризующих физическую подготовленность занимающихся. Самостоятельное выполнение индивидуальных комплексов физических упражнений позволяет в значительной степени ликвидировать неравномерность в развитии физических качеств и значительно повысить их уровень развития, приобщиться к постоянным занятиям физической культурой и спортом, а также получить необходимые умения и знания по методике применения комплексов физических упражнений в будущей профессиональной деятельности в сфере АПК после окончания вуза.

### **Список литературы:**

1. Чернышёва Е.Н. Моделирование двигательной подготовки в процессе учебно-тренировочных занятий по легкой атлетике в условиях сельскохозяйственного вуза. /Чернышёва Е.Н., Лавриненко Н.И./ Известия Великолукской государственной академии. 2019.№1(26).С.62-72

2. Чернышёва Е.Н. Технологический подход при организации учебно-тренировочного процесса по легкой атлетике в условиях непрофильного высшего образования /Чернышёва Е.Н., Карасева Е.Н., Лавриненко Н.И., Наврузбеков Ф.Н./ Учебно-методическое пособие / Елец, 2019.

УДК 802

### **О ВИДАХ И КЛАССИФИКАЦИИ ТЕРМИНОВ**

*Буткевич Анастасия Игоревна, студент-бакалавр  
Антончик Елена Геннадьевна, старший преподаватель*



**Аннотация:** В статье описываются различные виды и классификации терминов.

**Ключевые слова:** термин, группы, типология, термины-слова, сложные термины.

В современном мире наблюдается увеличение научно-технической области знания, что приводит к появлению большого количества специальных слов – терминов, понимание и перевод которых часто представляет определенные сложности.

В настоящее время существует множество различных способов классификации терминов. Они выступают знаковыми единицами и рассматриваются в различных аспектах. Важную роль играет структура и форма, значение, функции, исторические особенности, а также особенности употребления.

В.М. Лейчик отмечает, что «типология – это результат выделения типов, определяющий объекты по их сущностям». Зачастую типы терминов зависят от типов понятий. По объекту наименования В.М. Лейчик выделяет научные (политические, общественные и т.д.), технические и технологические термины [1, с. 182].

Исходя из исторического аспекта, различают исконные и заимствованные термины. Исконные термины представляют собой термины, издавна существовавшие или образованные в определенном языке. Заимствованными называются термины, полностью или частично заимствованные из других языков. Они в свою очередь подразделяются на определенные группы: материально-заимствованные термины, термины-кальки, гибридные и полузаимствованные термины [2, с.77–79].

С учетом хронологического ведения выделяются термины-архаизмы, термины-историзмы, устаревшие термины и термины-неологизмы.

Термин-архаизм («древний термин») представляет собой давно вышедший из употребления термин, который ранее использовался для обозначения того или иного понятия). Термин-историзм – это термин, вышедший из употребления в связи с исчезновением называемого им понятия. Устаревшие термины выступают, как правило, выходящими из употребления синонимами других, более удобных либо точных терминов. Термины-неологизмы (новые термины) – это термины, которые имеют новые понятия или предлагают новые наименования для уже существующих понятий [3].

С учетом формы термины подразделяются на термины-слова (однословные) и термины-словосочетания (терминологические словосочетания). Б.Н. Головин относит термины-слова и термины-

словосочетания к грамматической классификации терминов. В свою очередь термины-слова включают в себя следующие типы: непроезводные, производные, сложные и аббревиатуры, а термины-словосочетания подразделяются на простые и сложные словосочетания.

Широкое распространение получили и сложные термины, которые подразделяются на термины-редупликаты, термины-символослова, термины-моделеслова и многокомпонентные термины. Многокомпонентными терминами выступают термины, включающие в себя три или более корневые морфемы.

С учетом типов называемых ими понятий термины можно разделить на термины категорий, общенаучные и общетехнические термины, межотраслевые и отраслевые термины, узкоотраслевые и узкоспециальные термины [4, с. 58].

Согласно классификации С.В. Гринева-Гриневица, выделяются термины по своей содержательной структуре: однозначные (моносемичные) и многозначные (полисемичные), мотивированные и немотивированные термины. Также на основе региональной распространенности он выделяет: интернационализмы (одинаковые либо близкие по форме термины, используемые в нескольких национальных языках); национальные термины (термины, используемые в одном национальном языке); регионализмы (термины, применяющиеся в нескольких смежных странах, которые используют один национальный язык); местные термины (термины, которые применяются в рамках местного диалекта) [5, с. 110].

Таким образом, можно отметить широкое многообразие типов и способов классификации терминов. Типология терминов занимает важное место в современном мире и представляет собой комплексную, систему, которая играет немаловажную роль в различных сферах функционирования современного общества.

#### **Список литературы:**

1. Лейчик, В. М. Терминоведение: учебное пособие. / В.М. Лейчик. – М.: Либроком, 2009. – 256 с.
2. Нестерович, В. М. Проблемы перевода юридических терминов // Право и управление. XXI век. – 2011. – № 2. – С. 77–79.
3. Бушев, А.Б. Терминообразование в юридическом дискурсе и способы перевода терминов // Юрислингвистика. – 2010. – № 10. – С. 16–21.
4. Головин, Б.Н., Кобрин, Р.Ю. Лингвистические основы учения о терминах: учебное пособие. / Б.Н. Головин, Р.Ю. Кобрин. – М., 1987. – 105 с.
5. Гринева-Гриневиц, С. В. Терминоведение: учебное пособие. / С.В. Гринева-Гриневиц – М.: Академия, 2008. – 304 с.

## СПЕЦИФИКА ПОДГОТОВКИ К ШКОЛЕ ДЕТЕЙ С НАРУШЕНИЕМ ИНТЕЛЛЕКТА НА ТЕРРИТОРИИ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

*Грознова Елизавета Сергеевна, студент-бакалавр  
Леханова Ольга Леонидовна, доцент, канд. пед. наук  
ФГБОУ ВО «Череповецкий государственный университет», г. Череповец*

**Аннотация:** в данной работе описаны особенности подготовки детей с нарушением интеллекта к школьному обучению, а также представлена статистика детей-инвалидов по Вологодской области и учреждений, в которых дети с ОВЗ могут получить образование.

**Ключевые слова:** дети с ограниченными возможностями здоровья, дети с нарушением интеллекта, школьная готовность.

В современном мире есть множество социальных явлений и множество социальных проблем. Например, такое социальное явление как люди инвалиды или люди с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предполагает появление определенной социальной проблемы, а именно интеграции людей с ОВЗ в общество. Несомненно, образовательная школа является одним из первых социальных институтов, с которым сталкивается ребенок. Одной из главных задач дошкольного образования является подготовка детей к школе. Следует отметить, что формирование готовности детей к школьному обучению, которые воспитывались в схожих условиях дошкольного обучения, не является одинаковым. При большом многообразии индивидуальных показательней психологической готовности детей дошкольного возраста к системному обучению в школе, есть категория детей, которая характеризуется недостаточным уровнем школьной зрелости. Среди них особенно выделяются дети с нарушением интеллекта.

Интеллектуальное нарушение – это состояние, обусловленное нарушениями структуры и функций мозга и его реакциями на эти нарушения.

Согласно психологическим исследованием, для умственно отсталых детей характерно недостаточность психической деятельности и в особенности ее познавательную сторону. Также детей с умственной отсталостью от их сверстников с нормальным интеллектуальным развитием отличают нарушения процессов восприятия, мышления, памяти и речи.

Чтобы перейти к вопросу о подготовке ребенка к школе, нужно обратить внимание на понятие «школьная готовность». На современном этапе развития психолого-педагогической науки готовность к школе рассматривается как комплексная характеристика ребенка, в которой раскрываются уровни развития психологических качеств, которые являются наиболее важными

предпосылками для нормального включения в новую социальную среду и для формирования учебной деятельности.

Л.С. Выготский, рассуждая о готовности детей к школьному обучению говорил о том, что она заключается не столько в количественном запасе представлений ребенка, сколько в уровне развития ощущений, восприятия, внимания и других познавательных процессов. По его мнению, для готовности детей к школьному обучению, им нужно прежде всего уметь обобщать и дифференцировать в соответствующих категориях предметы и явления окружающего мира [3].

По мнению В.С. Мухиной, готовность к школьному обучению – это осознанное желание необходимости учиться возникающее в результате социального созревания ребенка, появления у него внутренних противоречий, задающих мотивацию к учебной деятельности [4].

Л.А. Венгер, в своих работах дал более точное и полное определение «готовности к школе» под которой он понимал определенный набор знаний и умений, в котором должны присутствовать все остальные элементы, хотя уровень их развития может быть разным. Составляющими этого набора, прежде всего, является мотивация, личностная готовность, в которую входят «внутренняя позиция школьника», волевая и интеллектуальная готовность [2]. При поступлении в школу дети должны обладать, так называемыми, признаками школьника, то есть быть зрелым в социальном, эмоциональном и умственном плане [1].

К умственным способностям детей авторы относят способности к аналитическому мышлению, произвольному вниманию, дифференцированному восприятию и другие. Под эмоциональной зрелостью они понимают эмоциональную устойчивость и почти полное отсутствие импульсивных реакций ребенка. Социальная зрелость связывается ими с потребностью ребенка в общении с детьми, со способностью подчиняться интересам и принятым условиям детских групп, а также со способностью взять на себя социальную роль школьника в общественной ситуации школьного обучения.

Согласно Федеральному реестру инвалидов Российской Федерации в Вологодской области дети-инвалиды составляют 4,7% из общей доли численности инвалидов. В Информационной справке по показателям деятельности и о результатах работы ФКУ «ГБ МСЭ по Вологодской области» Минтруда России за 2018 год отмечается, что общее количество освидетельствованных детей-инвалидов увеличилось и составило 2758 детей, что является на 6,4% больше чем в 2017 году. На 705 детей, которые обратились впервые для определения инвалидности 572 ребенка признаны инвалидами. В 2017 году из 737 детей, впервые обратившихся для определения инвалидности, было признано инвалидами 633 (85,9%).

При рассмотрении нозологической структуры первичной инвалидности

детского населения в Вологодской области за 2018 год, можно отметить, что второе место, а именно 17,8%, занимают психические расстройства и расстройства поведения в которую входят дети с нарушением интеллекта.

В настоящее время, действующее законодательство предлагает широкий выбор форм организации образования и обучения, вариативность образовательных программ, в том числе для детей с ограниченными возможностями здоровья, позволяющих учитывать их индивидуальные образовательные потребности.

В настоящее время на территории города Череповца существует сеть образовательных учреждений, в которых созданы условия для получения детьми-инвалидами, детьми с ОВЗ качественного образования, из них 6 дошкольных образовательных организаций имеющие в своем составе компенсирующие группы и 11 общеобразовательных школ, в которых могут обучаться лица с нарушением в развитии.

Таким образом, подготовка к школе лиц с ОВЗ несомненно, является одной из значимых тем проблем социально-гуманистического характера. С каждым годом число детей по Вологодской области, имеющими инвалидность растет и все больше становится число детей, обратившихся за помощь для определения инвалидности впервые. Из этого следует, что подготовка детей к школьному обучению становится актуальной для социализации, более мягкого введения детей с ОВЗ в современное общество. Именно это обуславливает количество дошкольных образовательных организаций для детей с ОВЗ.

#### **Список литературы:**

1. Абрамова, Г. С. Практикум по возрастной психологии: учебное пособие для студентов вузов – 2-е изд., стереотип. / Г. С. Абрамова — М.: Академия, 1999. — 320 с.
2. Венгер, Л.А. Воспитание психологической готовности к систематическому обучению / Л.А. Венгер // Дошкольное воспитание № 9, 1988. Сентябрь. С. 11-24.
3. Выготский, Л. С. Психология развития ребенка: сборник трудов / Л. С. Выготский – М.: Эксмо-Пресс, 2006. – 512 с.
4. Мухина, В.С. Возрастная психология: феноменология развития, детство, отрочество: Учебник для студ. Вузов / В. С. Мухина. — М.: «Академия», 2000. — 448 с.

УДК 364.3(476)

### **СИСТЕМА СОЦИАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ СЕМЕЙ, ВОСПИТЫВАЮЩИХ ДЕТЕЙ, В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

*Ефимчик Анастасия Романовна, студент*

*Гридюшко Елена Николаевна, к.э.н., доцент  
БГСХА г. Горки*

**Аннотация:** В настоящее время в Беларуси наблюдается сокращение рождаемости. В связи с этим рассмотрены меры социальной поддержки домашних хозяйств с детьми, размеры и виды пособий. Рассмотрена тенденция увеличения расходов бюджета государственного фонда на выплату данных пособий.

**Ключевые слова:** пособие, бюджет прожиточного минимума, социальная поддержка, Фонд социальной защиты населения.

Система государственной помощи в Беларуси помогает снизить затраты домашних хозяйств на обеспечение ухода за ребенком и состоит из денежных пособий и неденежных инструментов. К неденежным инструментам поддержки домашних хозяйств с детьми можно отнести гарантии и льготы (социальные, медицинские, трудовые, налоговые и др.), также предусмотрено обеспечение товарами и услугами в отдельных случаях (бесплатное питание, проезд на общественном транспорте в школьное время, возможность воспользоваться услугами бесплатной няни в случае рождения троих и более детей и т.д.).

Материальная поддержка семей с детьми является одной из приоритетных задач социального государства, включая Республику Беларусь. Такая поддержка осуществляется посредством законотворческой деятельности и создания системы учреждений и организаций социальной сферы. Родителям или непосредственно самому ребенку предоставляются социальные блага.

В Беларуси единая система социальных (семейных) пособий в связи с рождением ребенка, уходом за ним и его воспитанием установлена Законом от 12 декабря 2012 г. № 7-3 «О государственных пособиях семьям, воспитывающим детей». Одним из элементов этой системы является социальное пособие на ребенка, которое часто называют детским пособием.

Детское пособие – денежная выплата алиментарного характера, назначаемая неработающим матерям (или лицам их заменяющим) в период ухода за детьми до определенного возраста.

В связи с изменением с 1 февраля 2020 г. размера бюджета прожиточного минимума в среднем на душу населения (далее БПМ), увеличены размеры следующих государственных пособий семьям, воспитывающим детей.

1) Пособие женщинам, ставшим на учет в женскую консультацию до 12-ти недель беременности. Размер его приравнивается к наибольшей величине бюджета прожиточного минимума в целом по стране, действующего до момента рождения ребёнка и составляет 239,87 рубля (01.02.2019 – 216,90). Выплата производится однократно, как правило, вместе со следующим пособием.

2) Единовременное пособие в связи с рождением ребенка. Величина этого пособия ранжируется в зависимости от, количества детей в семье:

при рождении первого ребенка - сумма выплаты будет эквивалентна десяти БПМ (его наибольшей сумме перед днем рождения младенца) и составит 2398,70 рубля (01.02.2019 – 2169,00);

на второго и последующих детей - сумма эквивалентна четырнадцать БПМ – 3358,18 рубля (01.02.2019 – 3 036,60).

3) Пособие по уходу за ребенком в возрасте до 3-х лет. На сегодняшний день базой для расчета пособия является среднемесячная заработная плата работников в стране за предшествующий квартал. Величина пособия также зависит от последовательности появления на свет детей:

на воспитание первенца каждый месяц выплачивается 35 процентов среднемесячной зарплаты – 405,48 (01.02.2019 – 362,46);

на второго и следующих детей – 40 процентов среднемесячной зарплаты – 463,40 (01.02.2019 – 414,24);

на ребенка-инвалида до 3 лет – 45 процентов среднемесячной зарплаты – 521,33 (01.02.2019 – 466,02).

4) Ежемесячное пособие на детей в возрасте от 3-х до 18-ти лет семьям в период воспитания ребенка в возрасте до 3-х лет составит 119,94 рубля (01.02.2019 – 108,45). Его величина составляет половину от наибольшего размера БПМ в среднем на душу населения, при этом количество несовершеннолетних детей старше трех лет на выплачиваемую сумму не влияет.

5) Пособие на детей, достигших возраста 3-х лет. Это пособие полагается лишь некоторым группам семей, в зависимости от чего рассчитывается его размер:

на ребенка-инвалида в возрасте до 18-ти лет – 70 процентов БПМ, и составляет 167,91 рубля (01.02.2019 – 151,83);

на ВИЧ-инфицированного ребенка в возрасте до 18-ти лет – также 70 процентов БПМ.

6) Пособие по уходу за ребенком-инвалидом в возрасте до 18-ти лет. Его полагается выплачивать каждый месяц в сумме одного БПМ: с I и II степенью утраты здоровья до исполнения ребенку 18 лет в размере 239,87 рубля (01.02.2019 – 216,90) и с III и IV степенью утраты здоровья до исполнения ребенку возраста 3 лет – 287,84 рубля (01.02.2019 – 260,28) [1].

Доля семейных и материнских пособий в расходах Фонда социальной защиты населения увеличилась в 2,5 раза, с 8,0% в 2010 г. до 20,2% в 2020 г., что в целом указывает на пронаталистскую ориентацию. За последнее десятилетие увеличился не только размер пособий в целом, но и произошло ранжирование по количеству детей. В таблице представлен удельный вес пособий в расходах Фонда социальной защиты населения.

Таблица Расходы Фонда социальной защиты населения Республики Беларусь  
на выплату пособий

Показатели	2018	2019	2020
Расходы фонда всего, млн. руб.	13 615,0	14 830,7	16 964,7
Удельный вес пособий в расходах, %	21,3	22,0	20,2
в т.ч. пособия по беременности и родам	6,4	6,5	6,4
пособия женщинам, вставшим на учет до 12-недельного срока беременности	0,6	0,62	0,64
пособия в связи с рождением ребёнка	8,3	8,5	9,0
пособия по уходу за ребёнком в возрасте до 3-х лет	44	44,1	44,5
на детей в возрасте до 3 до 18 лет в период воспитания ребёнка в возрасте 3-х лет и др.	14,5	14,4	14,6

Механизмы поддержки домашних хозяйств с детьми связаны также с социальными стандартами в стране, включающими в себя программу адресной социальной помощи. Адресная социальная помощь в свою очередь состоит из пяти аспектов: ежемесячное социальное пособие, единовременное социальное пособие, социальное пособие по возмещению затрат детям инвалидам до 18 лет, обеспечение продуктами питания детей до двух лет.

Таким образом, в настоящее время семейная политика Беларуси акцентирована на предоставление возможностей финансового самообеспечения семей и повышение их материального благосостояния в случае рождения и воспитания ребенка, что подтверждает система мер государственной финансовой помощи в виде пособий и оплачиваемый декретный отпуск.

#### Список литературы:

1. Размеры государственных пособий семьям, воспитывающим детей // Министерство труда и социальной защиты Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL:<http://www.mintrud.gov.by> (08.02.2020).

УДК 94

#### ЖУРНАЛ «ВИКТОРИЯ» О ШКОЛЬНЫХ ЭКЗАМЕНАХ ДЛЯ ДЕВОЧЕК В ВЕЛИКОБРИТАНИИ 1860-Х ГГ.

*Зюмова Валерия Юрьевна, магистрант*  
*Куликова Ольга Дмитриевна, к.и.н., доцент*  
*ЯрГУ им. П.Г. Демидова, г. Ярославль*

**Аннотация:** статья посвящена проблеме развития женского образования в Великобритании середины XIX в. Одним из самых острых вопросов в этой



сфере был допуск учениц школ к сдаче традиционных экзаменов, проводимых Кембриджским университетом. Широкое обсуждение этого вопроса отражено в одном из главных «профеминистских» периодических изданий того времени – журнале «Виктория».

**Ключевые слова:** Великобритания, викторианская эпоха, женское образование, «женский вопрос», «Виктория».

Один из наиболее важных вопросов, волновавших британское общество конца 1850-х – 1860-х гг. – развитие женского образования. Эта тема часто поднималась в периодической печати «профеминистской» направленности. Одним из таких изданий был журнал «Виктория», основанный в мае 1863 г. На его страницах обсуждались вопросы прав женщин, их трудоустройства и образования [3, р. 102].

В число важных вопросов, волновавших сторонников реформ в сфере женского образования, входила организация всеобщих местных экзаменов для девочек (вернее, включение их в уже существовавшую систему). Эти экзамены были распространены в т.ч. на обучающихся женского пола с 1865 г. и проходили под руководством Кембриджского университета (как сообщала заметка “Contemporary Review” об образовании для женщин», помещенная в «Виктории» в апреле 1866 г., Оксфорд отказался от этой схемы) [4, р. 538]. Целью статьи является анализ освещения в периодической печати проблемы допуска учениц школ к экзаменам на основе материала одного из феминистских изданий – журнала «Виктория».

Одной из главных целей допуска девочек к экзаменам объявлялась необходимость понимания родителями ценности образования. Считалось, что, как правило, школа, ученики которой каждый год преодолевали балльный порог, являлась хорошей [6, р. 344]. В журнале «Виктория» на протяжении второй половины 1860-х гг. появилось несколько публикаций, затрагивавших экзаменационную систему. Они представляют немалый интерес, т.к. в них сообщались сведения о результатах, гендерном соотношении участников и т.п. Что касается процедуры проведения, то из «Виктории» можно узнать не так много. Участницы были поделены на 2 категории: в первую входили девочки не старше шестнадцати лет, а во вторую – не старше восемнадцати [1, р. 172]. Все предметы (кроме чтения вслух) сдавались в письменном виде: математика (на простом и усложненном уровнях), английский язык, иностранные языки (французский, немецкий + латынь и греческий). Согласно данным, в 1865 г. на экзаменах появились 126 девочек, из них чуть менее трети (29%) не показали удовлетворительного результата [5, р. 571]. В этом году процедура проходила в Лондоне, Брайтоне, Бристоле, Кембридже и Шеффилде. Автор одной из заметок, посвященных этому событию, утверждал, что «девочки справились лучше, чем мальчики» [5, р. 571]; в другой говорилось, что с базовой

математикой не справилось лишь 3 ученицы старших классов – по сравнению с 1863 г., где этот предмет завалили 90% [6, р. 344]. Можно сделать два вывода: а) до официального введения экзаменов в 1865 г. они проводились в «предварительной» форме; б) показатели принимавших участие и вправду улучшались.

О результатах последующих экзаменов известно чуть больше благодаря заметке: «Девочки и мальчики на Кембриджских местных экзаменах» [2, р. 78-80], помещенной в журнал «Виктория» в мае 1868 г. Публикация сообщала о «рождественском экзамене», который ученицы держали в 11 местах, из которых в 2 – Рединг и Йорк – впервые; участие приняли 232 девочки (т.е. по сравнению с тем же 1865 г. наблюдался рост числа девочек почти в 2 раза). Автором заметки были проанализированы результаты по каждому предмету в зависимости от пола учеников (Таблица 2) [2, р. 79].

Таблица 2 – Сравнение результатов экзаменов (зима 1867 г.)

Предмет	Мальчики	Девочки
Английский язык (эссе)	«преуспели»	
Английский язык (грамматика)	Хуже	Лучше
Предмет	Мальчики	Девочки
География	Лучше	«Часто уходят от темы» (видимо, задание заключалось в написании работы на заданную тему)
Латынь	«Различий не выявлено»	
Греческий язык		
Французский язык	«Намного хуже»	«Намного лучше»
Немецкий язык	Хуже	Лучше
Математика (базовый уровень)	Особых сведений нет	«Не хуже мальчиков»
Математика (продвинутый уровень)		«Слабо, как и следовало ожидать»

Проанализировав данные, приведенные в Таблице 2, можно сделать вывод, что результаты девочек были не такими уж плохими. Отдельно упоминалось, что одна ученица справилась с заданиями по математике как на простом, так и усложненном уровне. Автор заметки считал, что фраза «как и следовало ожидать» (по всей видимости, это цитата из официального доклада, посвященного результатам экзаменровки) несправедлива, т.к. странно ожидать, что девочки, которых крайне скверно учили математике, смогли бы с ней справиться [2, р. 80].

Таким образом, в публикациях «Виктории», посвященных местным школьным экзаменам, четко прослеживалась идея того, что их результатом должно стать улучшение качества образования для девочек – которое «до настоящего времени в силу традиций и предубеждения считалось не для них» [2, p. 80].

#### **Список литературы:**

1. Cambridge Local Examinations // The Victoria Magazine. – 1867. – №6. – P. 172.
2. Girls v. Boys at the Cambridge Local Examinations // The Victoria Magazine. – 1868. – №5. – P. 78-80.
3. Nestor, P. A. A New Departure in Women's Publishing: "The English Woman's Journal" and "The Victoria Magazine" / P. A. Nestor // Victorian Periodicals Review. – 1982. – Vol. 15, №3. – P. 93-106.
4. The "Contemporary Review" on the Education of Women // The Victoria Magazine. – 1866. – №4. – P. 536-538.
5. The Cambridge Local Examinations // The Victoria Magazine. – 1866. – №4. – P. 571-572.
6. University of Cambridge Local Examinations // The Victoria Magazine. – 1867. – №8. – P. 343-344.

УДК 808.5

### **ОРФОГРАФИЯ БЕЗ ПРАВИЛ: К ПРОБЛЕМЕ КУЛЬТУРЫ ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ У СОВРЕМЕННЫХ ЛЮДЕЙ**

*Комякова Анна Олеговна, студент-бакалавр  
Пономарёва Лидия Андреевна, студент-бакалавр  
Дьякова Наталья Сергеевна, к.филол.н.  
ФГБОУ ВО Вологодская ГМХА, г. Вологда - Молочное*

Орфографическая ошибка – это неправильное написание слова, а значит допущена она может быть только при письме. В отличие от ошибок в звучащей речи, орфографические ошибки поддаются редактированию или правке в процессе создания текста. Тексты официальных документов, научные труды, художественная и публицистическая литература обычно неоднократно проверяются на предмет наличия и устранения орфографических ошибок. Письменная разговорная речь ничем не регламентирована, только лишь грамотностью и ответственностью самих участников общения, поэтому зачастую содержит отклонения от орфографических норм. Не секрет, что современная молодежь отводит общению в социальных сетях довольно много

времени, используя вместо слов фотографии, «мемы», «смайлы», «стикеры», «гифки», голосовые сообщения, однако основной объем информации по-прежнему передается средствами письменной речи. Мы обратили внимание, что современным молодым людям свойственно допускать ошибки при письме и не придавать им большого значения.

Целью нашего исследования является изучение уровня орфографической грамотности современных людей в ситуации непринужденной беседы.

Материалом для исследования стала переписка жильцов в сети многоквартирного дома в г. Вологде с декабря 2019 г. по март 2020 г.

Объем языкового материала составляет примерно 27 тысяч слов (исходя из расчетов: 90 дней, около 40 сообщений в день со средней длиной фразы 7-8 слов).

Участниками переписки являются люди молодого и среднего возраста, 25-40 лет, всего 145 человек.

Анализ разговорной письменной речи позволил нам решить следующие задачи:

- классифицировать ошибки, совершаемые коммуникантами, в соответствии с правилами русского языка;
- выявить типичные нарушения орфографической нормы, в том числе пренебрежение нормой, вызванное условиями речи (непринужденная беседа в социальной сети);
- охарактеризовать уровень орфографической грамотности пишущих.

Согласно действующим правилам, среди орфографических ошибок следует выделять негрубые, т.е. не имеющие существенного значения для характеристики грамотности, к ним относятся: 1) исключения из правил; 2) написание прописной буквы в составных собственных наименованиях; 3) сложные случаи написания частицы «не» с прилагательными и причастиями, 4) написание «и» и «ы» после приставок; 5) трудные случаи различения «не» и «ни». В отдельную категорию можно отнести графические ошибки, неправильные написания, искажающие звуковой облик слова. Отметим, что при проверке школьных сочинений данные ошибки не учитываются, однако если таких ошибок больше 5 на 100 слов, то работу следует признать безграмотной.

Среди 145 жильцов дома, в разной степени участвующих в переписке, ошибки при письме были обнаружены у 32 человек, что составляет 22%.

Анализ исследуемого языкового материала позволил нам установить несколько типов орфографических ошибок. Опишем их, расположив в порядке убывания.

I. Наиболее распространенными являются ошибки, связанные со слитным, раздельным или дефисным написанием:

1. Ошибки в правописании частиц *-то*, *-нибудь*, *-таки*, *-кое*. В основном отмечаем

- раздельное написание, вместо дефисного, реже слитное, пр.: «ктонибудь есть от нашего дома», «кое как», «кто то из нашего дома курил», «у меня где то соседи», «подарок выкидывать как то не очень», «что то подстругать», «есть какая то система», «какогонибудь», «так то у нас получше» «както повлиять», «говорила чтото», «ждут чего то», «все таки».
2. Ошибки в правописании частиц *не* и *ни*, в т.ч. отсутствие различения отрицательной частицы *не* и усилительной *ни*, пр.: «и ни чего не сделали», «меня ни кто не кусал», «не хотел ни как уходить», «не кто не будет», «лучше не как», «больше не кому», «ни какого заужения нет», «информации ни какой», «больше не кому», «ни кто ни чего не делает», «там нет не кого», «что трубы ни те», «ко мне не один сантехник не пойдет», «вообще не разу с лопатой не появлялись», «не камер, ни чего», «не кто нам ни чего пересчитывать не будет».
  3. Ошибки, вызванные отсутствием различения приставки и предлога, пр.: «они еще наместе», «за ним по ухаживает», «может моими на игрались», «остальные вкурсе были», «как зайдете на право», «от магнита на лево», «на половину только нагревается», «для деток по старше», «от куда мне взять денег».
  4. Ошибки в правописании союзов и предлогов, пр.: «тоесть», «тобишь», «за то справедливо», «для того что бы слить воду», «из за неисправного кабеля».
  5. Ошибки в правописании сложных слов: «пол бороды у мужа осталось», «успела пол дома помыть», «пол года», «до полотенца сушителя», «темно фиолетовый».
  6. Ошибки в написании частицы НЕ с наречиями, пр.: «установили не правильно», «тоже не приятно», «посуду не возможно помыть», «контроль не много не по вашей части».
  7. Ошибки в правописании частицы *не* с глаголами, пр.: «ненравится», «незнаете», «ненадо ждать лета», «недождемся».
  8. Ошибки в правописании частицы *ли*, пр.: «чтоли», «врядли».
  9. Ошибки в правописании наречий, пр.: «вверхтормашками».

II. Ко второй группе относим ошибки, связанные с написанием **Ь** и **Ъ** знаков.

1. Правописание *-тся/-ться*, пр.: «может мне с вами договорится», «матерится тут нельзя», «кому можно позвонится в квартиру», «а то не возможно помыться», «куда мне обратится», «сложно подбратся», «куда им торопится», «с кем то поменяются», «они не торопятся делать», «глядишь ускоряться», «мне больше нравиться благоустройство».
2. Правописание раздельного **Ъ**: «подъезд», «не предъявите», «я пытаюсь объяснить».
3. Правописание **Ь** знака, как показателя мягкости: «их людьми не назвать»

III. В третью по распространенности группу ошибок, заметно

уступающую по частоте первой и второй, вошли ошибки в написании согласных звуков, к ним мы относим:

1. Правописание парных согласных звуков, пр.: «*тогда не робщите*», «*дед.домовский*».
2. Правописание непроизносимых согласных, пр.: «*если бы я была мужчиной*», «*мой кот – дественик*», «*учасковый*», «*спусник*», «*лесницы*».

IV. Следующая группа – это ошибки в правописании гласных.

1. Правописание безударных гласных, проверяемых ударением, пр.: «*заравнять канаву*», «*периодичность*».
2. Правописание непроверяемых безударных гласных, пр.: «*из тратуарной плитки*», «*питарды запускали*», «*макентош*», «*в фаварите скидки бывают*», «*цыгани бегают*», «*будующее*».
3. Правописание «и» и «ы» после приставок: «*разигрывать спектакль*».
4. Правописание безударных личных окончаний глаголов, пр.: «*не нравится – вынесете на улицу*».

V. В самостоятельную группу отнесем правописание прописной буквы в именах собственных, пр.: «*от магнита на лево*», «*совхоз заречье*», «*на сухонской*», «*в купи мама были колеса*», «*ресторан мимино*», «*в велес отдать*», «*в аксоне*», «*в фаворите, макси*», «*на некрасова, на беляевской ветке*», «*доставку через чибис*», «*разговаривала с михаилом*», «*разговор с арэфьевым*». Скорее всего, что написание строчной буквы вместо прописной вызвано леностью и небрежностью коммуникантов, нежели их безграмотностью.

Таким образом, проведенный анализ показал средний уровень орфографической грамотности коммуникантов, наиболее распространенными являются ошибки, связанные со слитным, отдельным или дефисным написанием слов, относящиеся в русском языке к наиболее сложным случаям орфографии [1]. Однако наличие такие грубых ошибок, как правописание не с глаголами, проверяемых безударных гласных, непроизносимых согласных, свидетельствуют не только об орфографической небрежности, но и о недостаточной коммуникативной компетентности современных молодых людей [2, с.313]. Типичными случаями попустительства являются, на наш взгляд, правописание разделительного Ъ вместо Ь, строчной буквы в собственных именах вместо прописной, а также сознательное искажение начертания слова: «*щас*», «*счас*», «*ща*», «*че*», «*ни чё*», «*погреца зашли*», «*не ровной пахоткой*». В перспективе исследование может охватить более широкий языковой материал, расширить возрастную категорию участников и дать более полное представление об орфографической грамотности современной молодежи.

#### Список литературы:

1. Букчина Б.З. Слитно или отдельно? (Опыт словаря-справочника) / Б.З.

Букчина, Л.П. Калакуцкая. – 3-е изд., М., 1982. – 879с.

2. Дьякова Н.С. Формирование профессиональной культуры экономиста при изучении русского языка в вузе // Леденцовские чтения. Бизнес. Наука. Образование: материалы международной научно-практической конференции, 22 апреля 2009 г. – Вологда, 2009. – С. 312-216.

3. Орфографический словарь русского языка / под ред. С.Г. Бархударова. – 26-е изд., стер. – М., 1988. – 400с.

УДК 37.04-053

## **ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ ВОСПРИЯТИЯ И ПОНИМАНИЯ ЛИТЕРАТУРНЫХ ТЕКСТОВ ДЕТЬМИ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА С ОБЩИМ НЕДОРАЗВИТИЕМ РЕЧИ**

*Кронштатова Екатерина Андреевна студент-магистратуры  
Леханова Ольга Леонидовна. – заместитель директора РУМЦ СЗФО,  
к.п.н., доцент кафедры дефектологического образования.  
ФГБОУ ВО «Череповецкий государственный университет»  
(Череповец, Россия)*

**Аннотация:** В данной статье представлены результаты экспериментального изучения восприятия и понимания литературных текстов у детей старшего дошкольного возраста с общим недоразвитием речи. Выделены и описаны уровни восприятия и понимания текстов, а также сформулированы основные выводы по теме.

**Ключевые слова:** восприятие, понимание, старший дошкольный возраст, общее недоразвитие речи.

Понимание и восприятие речи представляет собой основу коммуникации, жизнедеятельности человеческого общества в целом и отдельного индивидуума в социуме. На протяжении уже нескольких десятилетий понимание и восприятие речи является одним из фундаментальных понятий в области гуманитарных исследований (В.П. Белянин, Л.А. Чистович, Л.Р. Венцова, Р.А. Кожевников, А.А. Леонтьев).

Из-за нарушенной речевой деятельности, восприятие и понимание речи имеет свои особенности, такие как низкая информативность высказывания, смысловые пропуски, ошибки при пересказе, содержание передают упрощенно, ошибки в передаче логической последовательности событий и др. (Л.Б. Халилова, Р.И. Лалаева, В. П. Глухов) [1,3,4]

Однако о состоянии данного процесса у современных детей или вообще развернутой детальной информации о специфике развития изучаемого процесса

в современной литературе практически нет. В результате не хватает методических работ, описывающих сущность и содержание процесса по формированию восприятия и понимания литературных текстов детьми старшего дошкольного возраста с общим недоразвитием речи.

Таким образом, существует противоречие между значимостью процессов восприятия и понимания литературных текстов детьми старшего дошкольного возраста, их несформированностью у детей с общим недоразвитием речи и недостаточной методической разработанностью проблемы, что определяет цель исследования.

Цель исследования – выявление уровня сформированности восприятия и понимания литературных текстов у детей старшего дошкольного возраста с общим недоразвитием речи и определение основных направлений работы по их формированию у детей данной группы.

Объект исследования – восприятие и понимание литературных текстов.

Предмет исследования – основные направления работы по формированию восприятия и понимания литературных текстов у детей старшего дошкольного возраста с общим недоразвитием речи.

В основу исследования положена гипотеза о том, что дети старшего дошкольного возраста с общим недоразвитием речи, способны осмысливать содержание текста, отвечать на вопросы, но у них отмечается низкая информативность и фрагментарность высказываний, непонимание содержания текста и скрытого смысла, не могут мотивировать поступки героев, не умеют выделять композицию текста и др., что определило основные направления работы по формированию восприятия и понимания литературного текста.

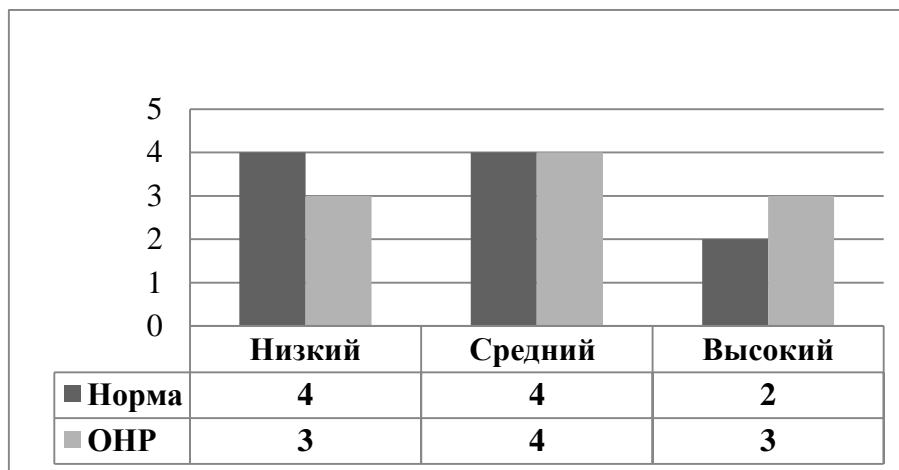
Исследование проводилось на базе МБДОУ «Детский сад № 46» г. Череповец. В исследование приняли 10 детей подготовительного возраста с общим недоразвитием речи (II и III уровня) и 10 детей подготовительного возраста с нормальным речевым развитием.

Нами была использована модифицированная методика Л.М. Гурович [2]. В данную методику входит три литературных текста, которые читаются ребенку последовательно (рассказ, сказка, сказка), затем работа разделяется на три блока – беседа, словесное рисование, пересказ. Оценка осуществляется по трем уровням (низкий, средний, высокий).

Результаты диагностического обследования восприятия и понимания литературного текста детьми с ОНР и с нормальным речевым развитием:

Обобщив данные по беседе, словесному рисованию и пересказу мы сделали график, который представлен на рисунке 1, в нем отражены уровни понимания детьми с ОНР и с нормальным речевым развитием литературного текста.





\*ОНР – дети с общим недоразвитием речи

\*Норма – дети с нормальным речевым развитием

Рис 1. Сравнительные данные степени понимания текстов детьми с ОНР и детьми с нормальным речевым развитием

По результатам проведенного исследования нами были сделаны следующие выводы.

1. У большинства детей с ОНР и нормально развивающихся, имеются трудности в понимании текстов, выражающиеся в том, что тексты с положительной эмоциональной модальности всеми категориями дошкольников воспринимаются и запоминаются лучше, чем тексты с отрицательной эмоциональной модальностью

2. Дошкольники с ОНР понимают преимущественно только поверхностный смысл рассказа.

3. Большая часть детей с ОНР затрудняются в понимании скрытого смысла текста, не могут обобщить услышанное.

5. Дети с ОНР из-за ограниченного словарного запаса затруднялись описывать словами персонажей и придумать продолжения.

6. В пересказ у детей наблюдались следующие неточности:

- большое количество грамматических ошибок словообразовательного, морфологического, синтаксического плана;

- замены одного понятия на другое, близкое к нему, но всё-таки отличающееся по смыслу;

- пропуски персонажей, действий, отдельных фрагментов текста;

- добавления новой информации, которой изначально не было заявлено в тексте;

- нарушения последовательности действий;

- смысловые неточности.

На основании полученных данных мы определили основные направления работы по развитию восприятия и понимания литературных текстов детьми старшего дошкольного возраста с общим недоразвитием речи - это расширение пассивного и активного словаря, формирование умения выделять замысел

текста, развитие понимания литературного текста без скрытого смысла и со скрытым смыслом, формирование осмысления и анализа элементов текста, формирование процессов перекодирования смысловой программы в языковую форму при восприятии и последующем воспроизведении текста.

### **Список литературы:**

1. Глухов, В.П. Из опыта логопедической работы по формированию связной речи детей с ОНР дошкольного возраста на занятиях по обучению рассказыванию // Дефектология. - 1994. - № 2. - С. 56-73.
2. Гурович, Л. М. Ребенок и книга / Л. М. Гурович, Л. Б. Береговая, В. И. Логинова; под ред. В. И. Логиновой. — 2-е изд. - М.: Просвещение, 1992. — 64 с.
3. Лалаева, Р.И. Коррекция общего недоразвития речи у дошкольников (формирование лексики и грамматического строя)/ Р.И. Лалаева, Н.В. Серебрякова. - СПб.: СОЮЗ, 1999. — 160 с.
4. Халилова, Л.Б. Психолингвистические основы формирования речевой коммуникации учащихся с недоразвитием речи/ Л.Б. Халилова// Специальное образование. - 2018. - № 1 (49). - С. 125-135.

УДК 34.096

### **МЕДАЛЬ «ЗА ОБОРОНУ ЛЕНИНГРАДА»: ИСТОРИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ НАГРАЖДЕНИЯ**

*Куликова Ульяна Михайловна, студент-бакалавр  
Кукушкин Василий Леонардович, к.и.н., доцент  
ФГБОУ ВО Вологодская ГМХА, Вологда-Молочное*

**Аннотация:** В статье анализируются историко-правовые условия и практика награждения медалью «За оборону Ленинграда», показаны современные проблемы передачи государственных наград СССР ветеранам Великой Отечественной войны и членам их семей.

**Ключевые слова:** Государственные награды СССР, Медаль «За оборону Ленинграда», государственная наградная система Российской Федерации

9 мая 2020 г. исполняется 75 лет нашей победы в Великой Отечественной войне. Лучшей благодарностью для наших дедов и прадедов, участвовавших в войне, станет сохранение о них исторической памяти. Одним из способов сохранения памяти об участниках Великой Отечественной войны является вручение им государственных наград. По поручению Президента РФ с 2013 г. Министерством обороны РФ проводится поиск героев войны и передача им и

членам их семей не полученных наград [1]. Государственные награды СССР могли быть не получены в связи со смертью участника войны или действовавшим на тот момент законодательством. В таких случаях Указом Президента РФ от 7 сентября 2010 г. № 1099 (п. 47.1 Положения о государственных наградах) право на вручение удостоверений на не полученные государственные награды СССР предоставляется членам семьи награжденного и иным его близким родственникам. Удостоверения о награждении передаются этим лицам для хранения как память. Медаль «За оборону Ленинграда» относится к государственным наградам СССР и также может оказаться не врученной нашему родственнику – герою Великой Отечественной войны, а наш нравственный долг перед героическим предком останется неисполненным.

Цель нашего исследования – раскрыть в историческом и правовом аспектах условия и практику награждения участников Великой Отечественной войны медалью «За оборону Ленинграда».

Положение о медали «За оборону Ленинграда» было утверждено по инициативе наркома обороны И.В. Сталина Указом Президиума Верховного Совета СССР от 22 декабря 1942 г. вместе с Положениями о медалях за оборону Одессы, Севастополя и Сталинграда. Медалью «За оборону Ленинграда» награждались военнослужащие Красной Армии, Военно-Морского Флота и войск НКВД. Кроме них, подлежали награждению и лица, непосредственно участвовавшие в обороне города. Награждение осуществлялось от имени Президиума Верховного Совета СССР. Основанием награждения являлись документы, подтверждающие участие в обороне Ленинграда, выдаваемые командирами воинских частей, начальниками военно-лечебных заведений, советскими органами власти. Вручение медалей производилось командирами воинских частей или военкоматами по месту жительства выбывших из армейских и флотских частей военнослужащих. Гражданским лицам награды вручались региональным и городскими Советами Ленинградской области.

На практике подтверждающими участие в обороне Ленинграда документами становились справки, выдаваемые военнослужащим командирами воинских частей, начальниками медицинских учреждений и местными Советами. Наградных знаков и удостоверений о награждении не хватало, поэтому военнослужащие и советские граждане, имевшие на руках такие справки, считали себя награжденными. Однако в дальнейшем одних этих справок оказалось недостаточно, и советским гражданам стали отказывать в получении наградных знаков и удостоверяющих документов к ним. Процедуры признания прав на награждение стали все больше усложняться. Так, например, с 90-летнего Н.Е. Воробьева, который в 1941 – 1942 гг. жил и работал в Ленинграде, Ленинградская городская администрация потребовала не только справку с предприятия о работе. Был затребован документ, подтверждающий,

что медаль «За оборону Ленинграда» он не ранее не получал, справка о нахождении в заводском стационаре на излечении от истощения. Участникам войны в защите их прав обычно помогают юристы ветеранских организаций, однако не все ветераны, как в случае с Н.Е. Воробьевым, состоят в таких организациях [2].

Не менее сложной проблемой в практике награждения медалью «За оборону Ленинграда» является признание прав на получение этой награды участниками кровопролитных боев 1941 – 1942 гг. на т.н. «внешнем кольце блокады». Солдаты и офицеры, принимавшие участие в Любанской, Синявинской наступательных операциях, закончившихся неудачно для Красной Армии, по-прежнему не признаются достойными получения медали. Большинство из них погибли, честно выполнив свой солдатский долг перед Родиной. Неофициально в исторической литературе с середины 1970-х годов эти фронтовые операции уже признаны в качестве значимой части обороны Ленинграда. Без них в 1942 г. город было бы трудно удержать. Попытки прорыва блокады со стороны «внешнего кольца» оттягивали на себя значительные силы гитлеровцев, не позволили им приступить к решающему штурму Ленинграда [3] [4].

Вместе с тем, обращения граждан в Министерство обороны РФ с заявлениями о признании их прав на получение медали в связи с участием в боевых действиях под Ленинградом в 1942 г. отклоняются. Так, в августе 2015 г. получил отказ на получение удостоверения к медали «За оборону Ленинграда» Кукушкин Л.В. Его отец – Кукушкин В.Г. участвовал в составе 111 стрелковой дивизии в Тихвинской наступательной операции 1941 г., а затем в составе 24 гвардейской стрелковой дивизии в Любанской и Синявинской наступательных операциях 1942 г. Основаниями для получения удостоверения к медали стали сохранившийся в семейном архиве подлинник справки, выданной В.Г. Кукушкину 9 ноября 1945 г. командиром полка, и документы, подтверждающие близкое родство с участником войны. Министерство обороны РФ посчитало эти документы недостаточными для выдачи удостоверения к награде. 111 и 24 стрелковые дивизии не были включены в утвержденный Генеральным штабом Вооруженных Сил СССР перечень соединений, отдельных частей, учреждений и заведений, личный состав которых имел право на награждение медалью «За оборону Ленинграда». В этом смысле складывается странная ситуация. В Положении о награждении медалью «За оборону Ленинграда» не определено право Генерального штаба составлять перечни воинских частей, подлежащих награждению. О существовании этого «Перечня» граждане не знают, потому что он, по-видимому, никогда не публиковался. Наконец, содержание «Перечня» является несправедливым, составленным исходя из субъективных представлений руководства Генерального штаба о заслугах тех или иных воинских подразделений, нарушающим права граждан, не соответствующим

современным оценкам событий Великой Отечественной войны.

Таким образом, законодательство о награждении государственными наградами СССР должно и дальше совершенствоваться в направлениях создания реальной системы обеспечения защиты прав ветеранов Великой Отечественной войны, отмены устаревших и во многом несправедливых подзаконных актов, препятствующих вручению государственных наград участникам войны и передаче их на семейное хранение.

### Список литературы:

1. Не врученные награды: Министерство обороны Российской Федерации. - Режим доступа: [https://archive.mil.ru/archival\\_service/central/resources/awards.htm](https://archive.mil.ru/archival_service/central/resources/awards.htm)
2. Емельяненко А., Черенева В. Выпал из обоймы: Фронтовик и ветеран труда в 90 лет вынужден доказывать чиновникам, чем занимался и почему не умер в блокадном Ленинграде. - Режим доступа: <https://rg.ru/2015/03/02/nagrada-site.html>
3. Жилин С.Н., Кириленко Ю.И., Степанов Т.И. Под гвардейским знаменем. Северо-Западное книжное издательство. 1975. - 271 с. С. 21 – 36.
4. Иринчеев Б.К. Медаль «За оборону Ленинграда». Серия «Прадедушкины медали». Выборг: Издательство «Историко-культурный центр Карельского перешейка», 2016. - 36 с.

УДК 316.334.55 – 057.875

## УРОВЕНЬ СОЦИАЛЬНОГО САМОЧУВСТВИЯ ПРОВИНЦИАЛЬНОГО СТУДЕНЧЕСТВА

*Меару Полина Эльмаровна, студент-бакалавр  
Филиппова Елена Владимировна, к.с.-х.н., доцент  
ФГБОУ ВО Великолукская ГСХА, г. Великие Луки*

**Аннотация:** многие проблемы общества влияют на молодое поколение, в частности, на студентов. Представлены результаты статистического исследования социального самочувствия студентов Великолукской ГСХА, при этом дано сравнение индексов положения дел в стране и общественных настроений с данными ВЦИОМ.

**Ключевые слова:** социальное самочувствие, студент, уровень комфортности.

Социальное самочувствие является одним из основных показателей, который отражает социальные изменения и дает возможность оценить

успешность политического и экономического руководства. Исследование социального самочувствия студенческой молодежи является одним из важнейших компонентов анализа тенденций развития современного общества, так как именно студенты через несколько лет будут основным работающим населением страны. Поэтому необходимо знать их настрой и отслеживать их удовлетворенность различными сторонами жизни, уровень притязаний и жизненных стремлений.

Целью исследования являлось проведение анализа социального самочувствия студентов Великолукской ГСХА. Статистическое исследование уровня социального самочувствия включало следующие этапы: статистическое наблюдение (анкетирование), обработка данных, анализ и написание выводов. Анкетирование прошли 85 студентов нашей академии.

При изучении индексов социального самочувствия мы использовали методику ВЦИОМ [1]. Данные ВЦИОМ, полученные от россиян, и данные полученные от студентов Великолукской ГСХА показывают расхождения во мнениях по поводу политической обстановки России, так как показатели частных индексов имеют противоположные значения. По мнению студентов академии, имеет место наличие «критических точек», т.е. отрицательных значений индексов, свидетельствующих о негативном настроении, то есть показывают, что наша страна должна изменить направление политики и улучшать экономику еще активнее (рисунок 1).

Общественное же настроение студентов схоже с позитивным настроением россиян, при этом значения индексов получены несколько выше, чем по данным ВЦИОМ, следовательно, студенты более положительно оценивают свою жизнь и свое будущее (рисунок 2).



Рисунок 1 – Индексы положения дел в стране (п.)



Рисунок 2 – Индексы общественных настроений (п.)

Хочется отметить, что независимо от положения дел в стране, в нашей академии не наблюдается враждебных отношений с одногруппниками. У 44% опрошенных сложились дружеские отношения в группах, при этом видно, что это влияет на эмоции студентов от проведенного времени в академии. Так большая часть опрошенных студентов проявляет интерес к учебе и любопытство, заметно их стремление к знаниям. При этом у 15% студентов выявлена скука и у 14% отчаяние по отношению к учебному процессу. Несмотря на это, наши студенты также активно участвуют во внеучебной деятельности академии, которая преимущественно вызывает у них радость – 32% и любопытство – 27% от опрошенных.

Похвально то, что большинство опрошенных студентов выбрали специальность основываясь на востребованности данного направления. Это говорит о том, что молодое поколение думает об улучшении экономического положения в России и 21% уже представляет свои планы на будущие (рисунок 3).



Рисунок 3 – Структура ответов студентов по выбору направления обучения

При проведении исследования мы просили оценить свой уровень комфортности по десятибалльной шкале на сколько комфортно вы себя чувствуете от 0 – «очень плохо» до 10 – «превосходно». По результатам исследования мы выявили, что средний балл уровня комфортности студентов составил 6,5, что говорит о нормальном ощущении себя.

В ходе работы была выявлена зависимость уровня комфортности от возраста. Так наиболее комфортно чувствуют себя студенты в возрасте старше 21 года, а также зависимость от научного направления квалификации – у студентов гуманитарного направления средний балл комфортности составил 6,7. По результатам исследования было установлено, что студенты из полной семьи чувствуют себя комфортнее, а также комфортнее чувствуют себя студенты, снимающие жилье.

Таким образом, по результатам исследования были выявлены негативные настроения студентов нашей академии по поводу положения дел в стране и позитивное видение своей жизни сейчас и в будущем. Причем молодое поколение заботится о будущем своей страны, выбирая направление обучения опираясь на востребованности и уже строят планы, что на перспективу будет способствовать улучшению экономического положения страны.

#### **Список литературы:**

1. Индексы социального самочувствия. – Текст: электронный // ВЦИОМ: [сайт]. – URL: [https://wciom.ru/news/ratings/indeksy\\_socialnogo\\_samochuvstviya/](https://wciom.ru/news/ratings/indeksy_socialnogo_samochuvstviya/) (дата обращения 14.01.2020). – Режим доступа: свободный.

УДК 93

### **ПРИМЕНЕНИЕ СЛУЖЕБНЫХ СОБАК РККА В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ**

*Наливахина Екатерина Витальевна, студент-специалист*

*Кукушкин Василий Леонардович, к.и.н., доцент*

*ФГБОУ ВГМХА, Вологда – Молочное*

**Аннотация:** В статье предпринята попытка показать основные способы применения собак Красной Армией в годы Великой Отечественной войны, оценивается их вклад в победу над Германией и ее союзниками.

**Ключевые слова:** Великая Отечественная война, РККА, военная кинология, служебные собаки, военно-санитарное дело, саперное дело, разведка, войска связи

Изучение использования собак в боевых действиях на фронтах Великой



Отечественной войны все еще остается актуальным. Их вклад в победу должен быть объективно оценен. Во время Великой Отечественной войны в Красную Армию было направлено около 68 тысяч собак. На их базе сформировали 168 отрядов, боровшихся с немецкими захватчиками [1]. Нередко собаки применялись для выполнения самых различных весьма сложных для человека боевых задач.

Цель предлагаемой статьи состоит в освещении основных способов применения собак РККА в годы Великой Отечественной войны и оценке их вклада в победу.

В оказании санитарной помощи раненым красноармейцам собаки выполняли три основных функции. Прежде всего, они находили в труднодоступных местах раненых и приводили к ним людей-вожатых. Именно такой случай описывается в рассказе А.В. Митяева «Мешок овсянки» [2]. Для оказания раненым бойцом самому себе первой медицинской помощи собаки носили на спине небольшие сумки с перевязочными пакетами, бинтами и флягой со спиртом (зимой) или водой (летом) [3]. Кроме того, ездовые собаки, запряженные в санитарные тележки, нарты или волокуши, эвакуировали с поля боя более 700 тысяч раненых советских солдат. Участник Великой Отечественной войны из Тюмени Сергей Соловьев в связи с этим вспоминал: «Из-за плотного огня мы, санитары, не могли пробраться к тяжело раненым однополчанам. Раненым нужна была срочная медицинская помощь, многие из них истекали кровью. Между жизнью и смертью оставались считанные минуты... На помощь приходили собаки. Они по-пластунски подползали к раненому и подставляли ему бок с медицинской сумкой. Терпеливо ждали, когда он перевяжет рану. Только потом отправлялись к другому. Они безошибочно могли отличить живого человека от погибшего, ведь многие раненые находились в бессознательном состоянии. Такому бойцу четвероногий санитар лизал лицо до тех пор, пока он не придет в сознание. В Заполярье зимы суровые, не раз от лютых морозов раненых спасали собаки – они грели их своим дыханием. Вы мне можете не верить, но собаки плакали над умершими...» [4].

Проведенные подсчеты результатов работы собак-связистов весьма впечатляют. Они смогли доставить свыше 120 тысяч боевых донесений, протянули 8 тысяч км телефонного провода (для сравнения: расстояние от Берлина до Нью-Йорка – 6 500 км) [5]. Собаки были лучшими помощниками людей в сложной боевой обстановке. Действуя нередко в непроходимых для человека местах, они доставляли на передовую боеприпасы и продукты питания.

Большую пользу приносили сторожевые собаки в боевом охранении ночью и в ненастную погоду. Направление перемещения солдат противника быстро обнаруживалось натяжением поводка и поворотом головы собаки. Так,

находившаяся в боевом охранении сторожевая овчарка Агай, не дала немцам ни одного шанса скрытно приблизиться к позициям наших войск [6].

Собак-истребителей танков специально дрессировали с укрепленными на их спинах муляжами зарядов взрывчатого вещества. Животное держали голодным определенное время, а потом выпускали в поисках еды, которую всегда можно было найти под танком. В условиях боя на спине пса укрепляли настоящее взрывное устройство (около 400 г тротила), непосредственно перед применением извлекали предохранитель из взрывателя и выпускали собаку навстречу вражескому танку. Собака забиралась под танк, зацеплялась за его днище проволочной антенной, которая вытягивала из взрывателя чеку. Заряд взрывался непосредственно под танком, собака погибала [7].

Выдвижение разведчиков в тыл врага сопровождалось собаками разведывательной службы. При пересечении передовых позиций противника такие собаки обнаруживали замаскированные огневые точки, засады, секреты. В случае захвата «языка» они работали быстро, четко и беззвучно.

Приняли участие служебные собаки и в Параде Победы 24 июня 1945 г. среди других подразделений и частей Великой Отечественной войны. Вслед за колонных вожатых с собаками по Красной площади прошел главный кинолог страны – подполковник А.П. Мазовер. Ему было разрешено не чеканить шаг и не отдавать честь главнокомандующему, поскольку он нес на руках бойца 14-й штурмовой инженерно-саперной бригады – собаку по кличке Джульбарс. Этот пес прославился тем, что участвовал в боях и разминировании местности на территории Восточной Европы. Существует даже легенда, что этот четвероногий боец обнаружил 468 мин и 150 снарядов, за что был представлен к боевой награде – медали «За боевые заслуги». Однако, это, скорее всего, вымысел, потому что собак награждать такими медалями было не положено по штату. Незадолго до парада Джульбарса ранило, поэтому он не смог на нем самостоятельно идти. По неподтвержденным сведениям, А.П. Мазовер нес собаку на кителе самого И.В. Сталина [5].

Собаки прошли вместе с советским солдатом всю Великую Отечественную войну, помогали ему обнаружить врага, спасали жизнь. Они делили с бойцом окоп и паек. Традиционно в годы войны собаки служили как в сторожевом, так и в боевом охранении. Вместе с красноармейцами они находились в засадах и секретах. Собак также специально обучали выявлять вражеские снайперские укрытия, помогать устанавливать связь, находить раненых бойцов. В тяжелые первые годы Великой Отечественной собак учили уничтожать немецкие танки. Наши четвероногие друзья оказывали большую поддержку красноармейцам на линии фронта, приближая каждый день желанный для каждого советского человека момент победы. В благодарность за их подвиг фронтовым собакам установлены памятники в Москве, Волгограде и Ессентуках [6], [8].

### Список литературы:

1. Псы-герои: как собаки помогали солдатам на Великой Отечественной войне. - Режим доступа: <https://gubdaily.ru/blog/lifestyle/interesnoe/psy-geroi-kak-sobaki-pomogali-soldatam-na-velikoj-otechestvennoj-vojne/>
2. Митяев А.В. Мешок овсянки. – Режим доступа: <https://www.litmir.me/br/?b=599185&p=1>
3. Лазарева М. Девичья команда // Невский исток. 9 марта 2018. № 9 (758). С.3. – Режим доступа: [http://cdn.moshlisselburg.ru/Files/file/nev\\_istok\\_090319\\_09.pdf](http://cdn.moshlisselburg.ru/Files/file/nev_istok_090319_09.pdf)
4. Собаки-герои на фронтах Великой Отечественной войны. – Режим доступа: <https://tailytales.ru/2017/05/08/9138/>
5. Собаки на войне: подвиги собак на Великой Отечественной войне. – Режим доступа: [https://www.nexplorer.ru/news\\_\\_12670.htm](https://www.nexplorer.ru/news__12670.htm)
6. Собаки-участники Великой Отечественной войны. – Режим доступа: <https://fishki.net/1720572-sobaki--uchastniki-velikoj-otechestvennoj-vojny.html>
7. Драбкин А.В. «Сапер ошибается один раз». Войска переднего края. – М.: Яуза: Эксмо, 2012. – 256 с. С. 34 – 35.
8. Памятники собакам в России, часть 1. – Режим доступа: <https://curious-world.ru/mir/puteshestviya/item/148-pamyatniki-sobakam-v-rossii-chast-1>

УДК 379.8

### ВЫЯВЛЕНИЕ КОНФЛИКТНЫХ УСТАНОВОК И ВОСПРИЯТИЙ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ У СТУДЕНТОВ ЗАРУБЕЖНЫХ ВУЗОВ ЗАНИМАЮЩИХСЯ НАСТОЛЬНЫМ ТЕННИСОМ

*Орлов Матвей Михайлович, студент-специалист  
Башмак Александр Фёдорович, к.п.н., доцент  
ФГБОУ ВО СамГАУ, г. Самара, РФ*

**Аннотация:** В статье представлен разноуровневый и разносторонний анализ социологического опроса на предмет изучения стратегии конфликтного поведения у спортсменов, занимающихся настольным теннисом. Исходя из проведённых исследований, было установлено, что люди, занимающиеся спортом, имеют средний уровень подверженности конфликтным ситуациям в российском, израильском и американском вузе и низкий уровень в китайском и казахском вузе.

**Ключевые слова:** настольный теннис; конфликт; студент; спортсмен; стратегия.

Конфликт – неизбежная ситуация с которой приходится, сталкивается спортивный наставник во время подготовительного и соревновательного процесса [1]. Психоэмоциональное состояние спортсмена – фактор, который в 60% случаях решает исход спортивного соревнования. Существует масса факторов, которые влияют на данное состояние спортсмена, но один из основополагающих факторов это наличие и состояние микроклимата в спортивном коллективе [2]. Настольный теннис не исключение, хотя и являясь именно индивидуальным видом спорта, очень редко, когда теннисисты тренируются по индивидуальной программе, чаще всего тренировка происходит в группе. А группа это живой организм, и постоянное взаимодействие между спортсменами может повлечь за собой конфликтные ситуации [3].

Исходя из этого, оправдан интерес многих спортивных наставников к данной тематике.

Целью нашего исследования было: исследование на предмет изучения стратегии конфликтного поведения у спортсменов, занимающихся индивидуальными видами спорта в зарубежных вузах.

Материалы и методы исследования. Наши исследования проводились на базе Хайфского университета (Израиль), Технологического института Джорджии (США), Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилёва (Казахстан). и университета Цинхуа (Китай). В наших исследования приняли участие 60 спортсменов, которые занимаются настольным теннисом, которым, предлагалось ответить на перечень вопросов. Для исследований мы воспользовались опросником составленным Романовым Д.В. и Орловым М.М.

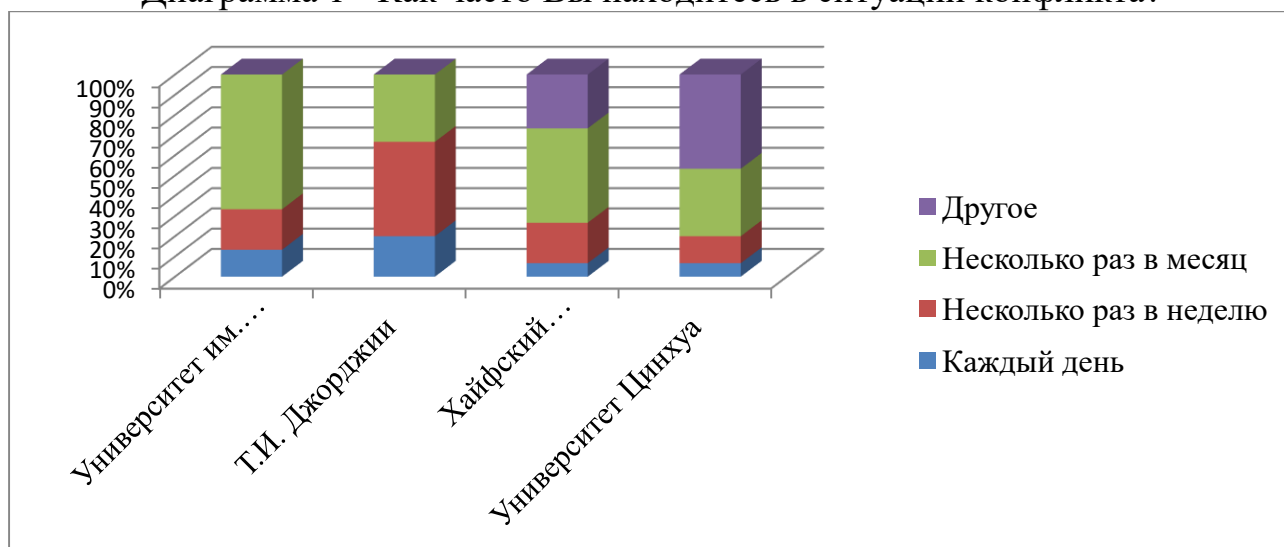
В наш опрос мы включили следующий вопросы:

Как часто Вы находитесь в ситуации конфликта?

Какая из перечисленных стратегий предпочитаема Вами в конфликте?

Результаты собственных исследований.

Диаграмма 1 - Как часто Вы находитесь в ситуации конфликта?



Как мы видим из полученных результатов, что студенты из Израиля, Казахстана, Китая менее конфликтны, чем студенты из Российского вуза, в то время студенты из США более конфликтны. Так, каждый день из всех респондентов из Самарского ГАУ конфликтует 20%, такое же количество из Технологического института, из Хайфского университета 6,7%, из Евразийского университета 15%, а из Цинхуа 6,7%.

Несколько раз в неделю из России 33,3%, из Израиля 20%, из США 46,7%, из Казахстана 20%, из Китая 13,3%.

Несколько раз в месяц: из Самарского ГАУ 26,7%, а из Хайфского университета 46,7%, из Джорджии 33,3%, из Казахстана 66,6%, из Китайского университета 33,3%.

За показатель «другое» отдали свои голоса: 20% (из России) и 26,7% (из Израиля), 0% (из США и Казахстана), и 46,7% (из Китая). Под данным параметром мы понимали либо полное отсутствие конфликтных ситуаций, либо «параллельное» отношение к конфликтным ситуациям.

**Выводы.** Довольно частое возникновение конфликтных ситуаций в коллективе спортсменов объясняется довольно тесным контактом молодых людей, которые ещё подвластны «юношескому максимализму» и не ценят тот устоявшийся микроклимат, который должен царить в коллективе. Молодые люди находятся в стадии «Самоутверждения». Что является наиболее благоприятной стадией для развития конфликтных ситуаций. Тот факт, что китайские студенты выбрали стратегию отклонения, компромисса и сотрудничества, но никак не противостояние объясняется продиктовано религиозным воспитанием и государственной пропагандой, что «красит» китайских студентов.

Исходя из проведённых исследований, мы можем сделать вывод, что люди, занимающиеся спортом, имеют средний уровень подверженности конфликтным ситуациям в российском, израильском и американском вузе и низкий уровень в китайском и казахском вузе. И исходя из этого спортивным наставникам необходимо более тщательно подходить к вопросу построения микроклимата в коллективе. И построению тренировочного процесса.

### **Список литературы:**

1. Проломова М.В., Башмак А.Ф. Методика развития координационных способностей юных гандболистов на этапе начальной подготовки/ М.В. Проломова., А.Ф. Башмак//В сборнике: Актуальные проблемы аграрной науки и пути их решения сборник научных трудов, 2016. – С.491-494.

2. Мезенцева В.А., Бородачёва С.Е. Использование игровых технологий на занятиях адаптивной физической культуры со студентами с нарушениями опорно-двигательного аппарата/В.А. Мезенцева., С.Е. Бородачёва.// В сборнике: Олимпизм, олимпийское движение. Олимпийские игры (история и

современность): материалы Всероссийской научно-практической конференции XXVIII Всеуральской Олимпийской научной сессии молодых учёных и студентов, 2016. – С.186-188.

3. Романов, Д. В. Тренды развития высшего образования / Д. В. Романов, О. Г. Мальцева // Инновации в системе высшего образования: мат. Международной научно-методической конференции. – Кинель: ФГБОУ ВО «Самарская государственная сельскохозяйственная академия», 2017. – С. 33-38. (5)

УДК 159.9

## СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ОПРОС: ОТНОШЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ К БРАКУ

*Орлов Матвей Михайлович, студент-специалист  
Романов Дмитрий Владимирович, к.п.н., доцент  
ФГБОУ ВО СамГАУ, г. Самара, РФ*

**Аннотация:** В статье представлен разноуровневый и разносторонний анализ социологического опроса на предмет изучения отношения российской молодёжи к вступлению в брак. Было выяснено, что большинство представителей молодёжи относятся положительно к вступлению в брак и к самому явлению вступления в брак. Главной причиной положительного отношения явилась «Родительская модель», главной отрицательной моделью – страх потерять свободу.

**Ключевые слова:** брак, молодёжь, семья, свобода, родители.

Сегодня отношение к браку сильно изменилось. Во времена Советского союза человек, который не связал себя узами брака достигнув определённого возраста, поддавался, конечно, не открытой критике, но во всяком случае осуждению «за спиной» [1,2]. Сегодня войдя в новый век, мы видим по статистике, что возраст вступления в брак сильно поднялся. И если три десятилетия назад этот возраст варьировался в пределах 18-25 лет, то сейчас в пределах 28-35 лет [3]. Плохо или хорошо, это совершенно другой вопрос, поскольку всё зависит от воспитания и отношения каждого человека к вступлению в брак. И этим исследование мы хотим выяснить отношение российской молодёжи к браку [4].

Целью нашего исследования было: исследование на предмет изучения отношения российской молодёжи к вступлению в брак.

Материалы и методы исследования. Нами был проведён социологический опрос в социальной сети «ВКонтакте» через регистрацию в Google Forms.

Опрос проводился среди школьников (10-11 класс) и студентов (1-2 курс). В нашем опросе приняло участие 1308 человек из 4 федеральных округов Российской Федерации (Центральный федеральный округ, Приволжский федеральный округ, Уральский федеральный округ, Северо-Кавказский федеральный округ).

Исследования проводились в 2 этапа. На первом этапе необходимо было ответить на вопрос: Как вы относитесь к вступлению в брак? Положительно, отрицательно или нейтрально (не решил, затрудняюсь)? Мнение молодёжи разделились в значениях: 34% отрицательно (445 чел.), 55% положительно (719 чел.), 11% нейтрально (144 чел.)

Специально для проведения исследования нами был составлен список вопросов, на которые необходимо было ответить участникам опыта.

Таблица 1 - Почему Вы положительно относитесь к вступлению в брак?

Почему Вы положительно относитесь к вступлению в брак?	Почему Вы отрицательно относитесь к браку?
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Родительская модель</li> <li>• Создание собственной семьи</li> <li>• Взаимопомощь</li> <li>• Другие причины</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Дорожу своей свободой</li> <li>• Недоверие</li> <li>• Не вижу, смысла в браке</li> <li>• Другие причины</li> </ul>

Результаты собственных исследований и их обсуждение.

Родительская модель	338 чел.
Создание собственной семьи	93 чел.
Взаимопомощь	151 чел.
Другие причины	137 чел.

Полученные данные в ходе опыта были следующие: 47% положительно относятся к браку и в качестве основы для своего брака видят родительскую модель. 13% хотят создать собственную семью. 21% видят «опору» в своём партнёре. 19% видят другие причины.

Таблица 2 - Почему Вы отрицательно относитесь к браку?

Дорожу своей свободой	200 чел.
Недоверие	85 чел.
Не вижу, смысла в браке	98 чел.
Другие причины	62 чел.

Исходя из данных полученных из таблицы 2, мы видим, что большинство молодых людей не стремятся вступать в брак, дорожа своей свободой 45%. 19% понимают, что не будут доверять своей «второй половинке». 22% не видит смысла в вступлении в брак. 14% видит другие причины.

Выводы. Исходя из проведённых опытов, мы выяснили, что большинство

представителей молодёжи относятся положительно к вступлению в брак и к самому явлению вступления в брак. Главной причиной положительного отношения явилась «Родительская модель», главной отрицательной моделью – страх потерять свободу.

### Список литературы:

1. Зудилина, И. Ю. Психолого-педагогические аспекты повышения мотивации к обучению студентов / И. Ю. Зудилина, О. Г. Мальцева // Инновации в системе высшего образования: сборник научных трудов. – Кинель: РИО СГСХА, 2017. – С.37–40.

2. Филатов, Т.В. Постмодернистская наука и экзистенциальные перспективы современной цивилизации: монография / Т.В. Филатов. – Воронеж, Изд.-во: ВГПУ, 2008. – 107с.

3. Перцев, С. В. Роль дополнительного образования в подготовке кадров для АПК / С. В. Перцев // Инновации в системе высшего образования: мат. Международной научно-методической конференции. – Кинель : ФГБОУ ВО Самарская ГСХА, 2018. – С. 147-149.

4. Камуз, В. В. О духовности и бездуховности / Д. В Романов, В. В. Камуз, О. Г. Мальцева // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 3: Педагогика и психология. – Майкоп: Изд-во АГУ. – Вып. 2(198). – 2017. – С. 45-49.

УДК 81'23(81)

## КОМПОНЕНТЫ КИНОТЕКСТА: КИНОТЕКСТ КАК ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН

*Рукиша Маргарита Олеговна, студент-бакалавр  
Гулевич Елена Витальевна, к.ф.н., доцент  
ГрГУ им. Я. Купалы, г. Гродно*

**Аннотация:** В данной статье дается определение понятию «кинотекст», описываются элементы и коды кинотекста, а также подробно охарактеризованы виды кинотекстов и их характеристики.

**Ключевые слова:** кинотекст, сообщение, виды, элементы, сценарий.

Понятие «кинотекст» в литературе изучено довольно основательно. Так, Ю.Г. Цивьян определяет кинотекст как дискретную последовательность непрерывных участков текста. «Непрерывными сегментами кинотекста являются кадры. Таким образом, кинотекст – цепочка ядерных кадров»[1, с. 109]. По мнению А.В. Федорова, «кинотекст – это сообщение, содержащее



информацию и изложенное в любом виде и жанре кинематографа (игровой, документальный, анимационный, учебный, научно-популярный фильм)»[2, с. 36]. Ю.Н. Усов рассматривает кинотекст как «динамическую систему пластических форм, которая существует в экранных условиях пространственно-временных измерений и аудиовизуальными средствами передает последовательность развития мысли художника о мире и о себе»[2, с. 5]. Е.Б. Иванова отождествляет понятия «кинофильм» и «кинотекст»: «зафиксированная на плёнке или другом материальном носителе последовательность кадров, представляющих собой фотографическое или рисованное изображение, обычно сопровождаемое звуковым рядом (речью, музыкой, шумами)»[3]. Г.Г. Слышкин и М.А. Ефремова определяют кинотекст как «постановочный кинофильм, состоящий из образов, движущихся и статистических, речи, устной и письменной, шумов и музыки, особым образом организованных и находящихся в неразрывном единстве» [4, с. 22].

Из приведённых выше определений, можно сделать вывод, что кинотекст – сообщение, которое передаётся во время просмотра кинофильма.

Г.Г. Слышкин и М.А. Ефремова разделили состав кинотекста на две системы [4, с. 22]:

- лингвистическую, которая состоит из двух звеньев: письменного (титры, все надписи, которые появляются в фильме) и устного (речь актёров, текст за кадром, песни и т.п.);
- нелингвистическую: звуковая составляющая (шумы естественные (ветер, дождь), механические, музыка) и видеоряд (образы персонажей, их движения, пейзаж, интерьер, реквизит, спецэффекты).

Все вышеперечисленные элементы работают вместе, что позволяет произвести определённый эффект на адресата – зрителя.

В ранних исследованиях главное место отдавалось монтажу кадров, кинотекст рассматривался как особая смысловая фигура. Однако в середине 20 в. подход к изучению кинотекста меняется, нелингвистическая и лингвистическая составляющие становятся в один ряд. В связи с этим, признаками качественной кинокартины становятся: целостность (завершенность), единство, адекватность, уместность, модальность [5].

У. Эко выделяет в кинотексте три основных кода: портретный; лингвистический; звуковой.

Кроме того, как и большинство исследователей данной темы, он выделяет: образы, музыку, звуки и речь [5].

Т.А. Винникова в свою очередь выделяет следующие компоненты кинотекста: вербальные знаки (речь персонажей титры, название); визуально изобразительные знаки; звуко-музыкальные знаки.

Она приходит к тому, что кинотекст полимодален, он поступает к зрителю в виде визуальной и аудиовизуальной составляющей [6, с. 15].

Ю.М. Лотман разделил кинотекст на кадр и кинофразу. Кадр – одно из основных понятий кинематографа, это «минимальная единица монтажа», «основная единица композиции киноповествования», «единство внутрикадровых элементов», «единица кинозначения» [7, с. 14].

Отметим, что Ю.М. Лотман видит важность кинофильма в воздействии на зрителя, что обуславливает необходимость семиотического подхода к изучению кинотекста.

Кинотекст возник в связи с семиотической трансформацией текста. Необходимо сказать, что кинотекст – это продуманная до деталей система, основанная на определенном сценарии. Сценарий – это художественное литературное произведение, которое должно быть воплощено на экране в «звукозрительном» виде. Часть сценария отображается на экране в виде реплик героев, а часть в видеоряде (актёрская игра). Кинотекст с легкостью вербализуется – он может быть пересказан словами.

Любой кинотекст подчиняется законам лингвистики: имеет такие же языковые особенности, что и книжный текст. Кинотекст принадлежит определённому стилю, хоть не всегда речь персонажей, к примеру, может быть отнесена только к одному такому стилю. Также кинотекст делится и на жанры – такие же, как литературный текст (детектив, фантастика и т.п.).

Однако существует одно определяющее отличие между кинотекстом и литературным текстом: литературный текст мы воспринимаем только с помощью его прочтения – визуально, в то время как кинотексту, помимо визуального восприятия, присущ ещё аудиоряд.

Виды кинотекстов [4, с. 37]:

1) линия Люмьера – реалистичное кино: документальное, научное (научно-популярное, учебное, научно-исследовательское, научно-производственное)

2) линия Мельеса – зрелищная – художественные кинофильмы (фильмы, в основе сюжета которых вымышленная история), а также анимационные.

Для классификации кинотекста можно использовать следующие характеристики [36, с. 39]: анимационный – неанимационный; черно-белый – цветной; широкоформатный – широкоэкранный – панорамный – стереоскопический; короткометражный – полнометражный; односерийный – многосерийный; немой – звуковой.

Необходимо сказать, что появление кинотекста обусловлено появлением «экранов», т.е. развитием технологий. Следовательно, кинотекст не может быть воспроизведён без экрана.

Таким образом, кинотекст – это сильное орудие воздействия на человека. Он может изменить мнение зрителя, его настроение, повлиять на его восприятие и даже поступки.

### Список литературы:

1. Цивьян, Ю.Г. К метасемиотическому описанию повествования в кинематографе: труды по знаковым системам Тарту. / Ю.Г. Цивьян. – Тартуский ун-т. Вып. 17, 1984. – С. 109–121.
2. Усов, Ю.Н. Основы экранной культуры / Ю.Н. Усов. – М.: Новая школа, 1993. – 90 с.
3. Иванова, Е.Б. Интертекстуальные связи в художественных фильмах: Автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.19. – Волгоград: ВГУ, 2016. – 16 с.
4. Слышкин, Г.Г., Ефремова, М.А. Кинотекст: опыт лингвокультурологического анализа / Г.Г. Слышкин, М.А. Ефремова. – М.: Водолей Publishers, 2004. – 153 с.
5. Яркина, С.В. Кинодиалог как вербальный компонент фильма // Молодежный научный форум: Гуманитарные науки: электр. сб. ст. по мат. XXXмеждунар. студ. науч.-практ. конф. № 1. – С. 29.
6. Винникова, Т.А. Особенности структурной организации кинотекста (на материале художественного фильма “TheQueen”) / Т.А. Винникова // Вестник Томского Государственного Университета, 2009. – №325. – С.15–17.
7. Лотман, Ю.М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики / Ю.М. Лотман. – Таллин: ЭэстиРаамат, 1973. – 140 с.

УДК 811.161

### ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ ДЕЙКСИСА. ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ ДЕЙКСИСА

*Савицкая Полина Ивановна, студент-бакалавр  
Адамович Светлана Васильевна, к.ф.н  
ГрГУ им. Я. Купалы, г. Гродно*

**Аннотация:** В данной статье рассматриваются различные подходы к классификации дейксиса, дается определение понятию «поле», а также подробно описываются категории и уровни функционально-семантического поля.

**Ключевые слова:** дейксис, поле, категории, ядро, периферия.

Немецкий лингвист К.Бругман был первым, кто занялся детальным изучением дейксиса. В основу его исследования легли современные учение о глаголе, описывающие способы действия, и по этому принципу он пытался выделить способы указания. Дейксис он отнес к морфологической категории и выделил четыре типа указания:

- Der-Deixis – «нейтральный тип» – близок по значению к указательному жесту и

включает слова типа *это, этот*;

- Ich-Deixis – «указание на сферу говорящего»– помимо *я* включает также *близкий ко мне, здесь, около меня* и т.п.;

- Du-Deixis – «указание на сферу собеседника»– слова типа *ты, твой, этот близкий к тебе, около тебя*;

Jener-Deixis – «указание на удаленность говорящего»–*тот, там* [1, с. 35].

Я.Ваккернагель указывает на терминологическую неточность К.Бругмана. Поскольку второй и третий типы дейксиса указывают не на самого говорящего (Я-дейксис) и слушающего (Ты-дейксис), а на их местоположения, то он предлагает использовать hic-дейксис и istic-дейксис для второго и третьего типа указания соответственно [2, с. 66].

Основываясь на исследованиях К.Бругмана, австрийский психолог и лингвист К.Бюлер выдвинул свою классификацию дейксиса, основываясь, при этом не на морфологическом подходе, а на функциональном. В первую очередь он разграничил дейктические и номинативные языковые знаки. Номинативные языковые знаки обладают способностью называть классы предметов, явлений.

К. Бюлер в своих работах развивает теорию указательного поля и выделяет три координаты, которые необходимо разместить в центре (Origo): *ich* – «я», *hier* – «здесь», *jetzt* – «сейчас». Эти координаты служат точкой отсчета семантики дейктических единиц в системе дейксиса, указывая на говорящего – *ich* (персональный дейксис), на местонахождение говорящего – *hier*(пространственный дейксис) и на время высказывания – *jetzt* (темпоральный дейксис)[2, с. 62–66]. Вместе с тем, К. Бюлер подчеркивает зависимость указательного поля от «субъективной реальности» [2, с. 99].

К.Бюлер выделил три типа дейксиса: «наглядный дейксис» (лат. «*demonstratioadoculos*») предполагает присутствие объекта в ситуации общения и является основой для двух других типов – «анафорического указания» и «мысленного дейксиса» (нем. «*DeixisamPhantasma*»).

Мысленный дейксис включает три способа как человек может вообразить объект, на который указывает: человек воображает предмет находящимся около себя; человек воображает себя находящимся около предмета; человек воображает и себя, и предмет неподвижными, с сохранением дистанции между ними [2, с. 64–65].

Ч. Филлмор выделил пять типов дейксиса. Он дополнил классификацию К. Бюлера двумя новыми типами дейксиса – социальным и дискурсивным [3, с. 171].

Дискурсивный дейксис отсылает читателя или слушающего назад (анафора) высказывания или вперед (катафора) к другим высказываниям. Другими словами, дискурсивный дейксис относится ко всем выражениям и фразам, которые указывают на отдельные части высказывания, и тем самым, создавая при помощи лексических и грамматических средств взаимосвязанный

текст или отображает внеязыковую ситуацию в определенный акт говорения. Социальный дейксис указывает на отношения между говорящим и адресатом или другими референтами [4].

Одним из новых видов дейксиса является эмоциональный дейксис. В.И. Шаховский в монографии «Лингвистическая теория эмоций» указывает на то, что практически во всех высказываниях прослеживается наличие эмоциональной оценки, что свидетельствует о важной роли эмоций в жизни человека [5, с. 45].

Различаются первичный и вторичный дейксис. Первичный дейксис – это дейксис диалога, дейксис нормальной ситуации общения. Говорящий и слушающий видят друг друга и находятся в одной обстановке здесь и сейчас. Вторичный дейксис (дейктическая проекция) не связан напрямую с речевой ситуацией [6, с. 10–14].

В современной лингвистике под термином «поле» понимают «совокупность языковых единиц, объединенных общностью содержания или формальных показателей и отражающих понятийное, предметное или функциональное сходство обозначаемых явлений» [7, с. 380–381].

Мы рассмотрим функционально-семантическое поле дейксиса (далее ФСП). ФСП включает семантические категории вместе с разноуровневыми средствами конкретного языка, которые их выражают.

А.В. Бондарко выделяет три уровня ФСП: ядро; приядерный уровень; периферия.

Первый уровень (ядро ФСП дейксиса) включает: личные местоимения (анг. *I, we, you*; нем. *ich, du*); указательные местоимения (анг. *this, that*; нем. *dieser, jene*); наречия и местоименные наречия (анг. *here, there*; нем. *dort, hier, damit, dabei*); предлоги и послелоги (анг. *in, on*; нем. *aus, zu*); артикли (анг. *the*; нем. *der*); глаголы движения (анг. *go, come*; нем. *gehen, kommen*).

Приядерный уровень включает грамматические времена. К периферии относятся опосредованные указания, относительные придаточные предложения, временные придаточные предложение [8, с. 39].

Таким образом, традиционно выделяют три типа дейксиса: персональный, временной и пространственный. Наряду с основными типами дейксиса также выделяют дискурсивный и социальный дейксис, эмоциональный дейксис, наглядный, анафорический и мысленный дейксис, а также первичный и вторичный дейксис. Вместе с тем, лексико-грамматические единицы, которые являются носителями дейктической функции, образуют функционально-семантическое поле.

### Список литературы:

1. Brugmann, K. Die Demonstrative Pronomen der indogermanischen Sprachen / K. Brugmann. – Leipzig: Gruyter, 1904. – 120 S.

2. Бюлер, К. Теория языка: Репрезентативная функция языка / К. Бюлер. – М.: Прогресс, 1995. – 501 с.
3. Человеческий фактор в языке: коммуникация, модальность, дейксис / Н.Д. Арутюнова [и др.]; отв. ред. Т.В. Булыгина. – М.: Наука, 1992. – 267 с.
4. Stapleton, A. Deixis in Modern Linguistics / A. Stapleton // Essex Student Research Online [Electronic resource]. – 2017. – 1 November. – Mode of access: <https://www1.essex.ac.uk/journals/estro/documents/issue9/vol-9-full-issue.pdf>. – Date of access: 07.05.2019.
5. Шаховский, В.И. Дейксис в сфере эмоциональной речевой деятельности / В. И. Шаховский, В.В. Жура // Вопросы языкознания. – 2002. – №5. – С. 38–56.
6. Апресян, Ю.Д. Дейксис в лексике и грамматике и наивная модель мира / Ю.Д. Апресян. – Семиотика и информатика. – М.: Наука, 1986. – Вып. 28. – С. 5–33.
7. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. – 2-е изд. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. – 685 с.
8. Ключева, Е.В. Актуализация пространственно-временного дейксиса в языке электронного общения: на материале немецкоязычных Интернет-дневников: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Е.В. Ключева; Нижегород. гос. лингвист. ун-т им. Н.А. Добролюбова. – М., 2016. – 179 с.

УДК 811.161.11

## СЕМАНТИЧЕСКИЕ И СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МЕДИЦИНСКИХ ТЕРМИНОВ

*Сафранович Вероника Юрьевна, студент-бакалавр  
Литвинович Анжелика Генриховна, к.ф.н., доцент  
ГрГУ им. Я. Купалы, г. Гродно*

**Аннотация:** В данной статье дается определение лексического значения слова, а также подробно описываются семантические и структурные особенности медицинских терминов.

**Ключевые слова:** термин, критерии, свойства, способы, слова.

Если говорить о семантических особенностях термина, то прежде нужно проанализировать вопросы, связанные с соответствием терминов, соотносимым с ними понятиям, поэтому сначала следует дать определение лексического значения слова.

Т.Н. Великода утверждает, что лексическое значение слова — это определенное языковое отражение действительности [1, с.7].

По мнению, С.В. Гринева-Гриневич лексическое значение есть внутренняя оболочка термина или его буквальное значение [2, с.90].

Среди основных свойств термина, которые различают термины и общеупотребительную лексику, С.Д. Шелов выделяет следующие: «точность понятийной семантики термина, однозначность, стилистическая нейтральность, номинативность и краткость, системность» [3, с.16]. С.В. Гринёв утверждает, что специфичность – это ключевое свойство термина. Помимо этого, также термины включают «содержательную точность, дефинированность, независимость от контекста и воспроизводимость в речи» [2, с.91].

По мнению ученых, упомянутых выше, данные свойства можно рассмотреть в качестве критериев для разграничения терминов и общеупотребительной лексики, другие же считают, что не все из них являются основанием для данного разграничения, либо их нужно более подробно уточнить. А.В.Суперанская утверждает, что «однозначность термина проявляется исключительно внутри своего терминологического поля» [4, с.138]. В то время как С.Д. Шелов считает, что однозначность — это далеко не свойство, а промежуточное условие для изучения термина, тем самым доказывая, что общеупотребительные слова обладают в большей степени однозначностью, чем некоторые термины. Утверждение о стилистической нейтральности термина объективно в том случае, в котором мы не рассматриваем их использование в текстах самых различных стилях, где термину могут наделяться определенные стилистические коннотации. Более того, необходимо отметить тот факт, что стилистически нейтральная, не имеющая выразительности лексика, в целом доминирует над стилистически окрашенной или образной [3, с.16].

Номинативный характер, как свойство, термина также вызывает различные полемики, а именно, вероятность включения в терминологию ряда прилагательных, наречий и глаголов. Однако С.В. Гринёв-Гриневич указывает, что прилагательные и наречия скорее функционируют как составные части термина, а глаголы – это сумма смысловых элементов «производить, делать» + «действие, обозначаемое термином» [2, с.100].

Анализируя семантические особенности термина, необходимо сказать о его мотивированности – семантическая зависимость значения производных слов значениями, которые их составляют. Мотивированными терминами являются те, чья внешняя форма передает их значения. Каждый термин обладает мотивацией на каком-либо конкретном уровне определенного языка. С.В. Гринева-Гриневич рассматривает мотивированность вместе с главными способами терминообразования. Лингвист выделяет такие типы мотивации, как семантическая (значение термина ассоциируется с общеизвестными определениями, основываясь на которых, в результате семантического переноса, появились специальные понятия), морфологическая (свойства

термина показывает своей внутренней формой на принадлежность определения к конкретной категории) [2, с.300].

Краткость термина также нельзя назвать неизменным свойством. Лантюхова Н.Н. заявляет, что точность термина и его системность более важны, и потому, если «многокомпонентность термина обеспечивает такие свойства, подобная многословность не является недостатком» [5, с. 44].

Свойства терминов находят отражение в предъявляемых к ним требованиях, которые С.В. Гринёв-Гриневиц называет «желательными свойствами, присущими исключительно специальной лексике» [2, с.100]. В понятии ученого, требования к термину можно классифицировать на требования к форме, к значению и прагматические требования, связанные с особенностями их употребления. Требования к значению термина включают: непротиворечивость семантики; однозначность; полноточность; отсутствие синонимов. К форме термина предъявляются следующие требования: соответствие нормам языка; краткость; деривационная способность; инвариантность; мотивированность. Среди прагматических требований лингвист отмечает: внедренность, интернациональность, современность, благозвучность, эзотеричность [2, с.101].

Структурные особенности терминов имеют большое значение для их понимания. Проанализировав структурные модели терминов, мы можем отметить наиболее эффективные способы и модели их образования. Данный анализ способствует прогнозу дальнейшего развития какой-либо терминосистемы. Э.К. Дрезен отметил, что «возможности построения новых терминов, возможности установления связей между формой и значением термина определяется структурными особенностями языка» [6, с.108]. Основным направлением структурного терминообразования является специализация языковых единиц, которые выражают научные определения, а также системность терминообразовательных моделей, соответствующая данной системности, которая отражает эти понятия. Наиболее распространенный способ структурного терминообразования – это синтаксический способ, а именно превращение свободных словосочетаний в сложные «эквиваленты слов». Данный способ является наиболее распространенным, демонстрируя, что терминологические словосочетания доминируют над однословными терминами.

Таким образом, были проанализированы главные особенности термина. Прежде всего, было дано определение лексического значения некоторых лингвистов, а именно содержания, которое грамматически оформлено и являющегося элементом общей семантической системы словаря. Особое внимание было уделено требованиям С.В. Гринева-Гриневиц к терминам, а именно непротиворечивость семантики, полноточности, отсутствие синонимов, соответствие нормам языка, инвариантность. Прагматические



требования – это внедренность, употребительность, интернациональность, современность. Основными направлениями терминообразования являются специализация языковых единиц, а также системность терминообразовательных моделей. Если говорить о способах терминообразования, были отмечены наиболее распространенные: синтаксический, морфологический и семантический способы. Данные семантические и структурные особенности характеризуют термины, различают среди их множества и влияют на их понимание.

### Список литературы:

1. Великода, Т.Н. Лексическое значение общеупотребительного слова и термина/ Т.Н. Великода// Молодой ученый. – № 14. – 2010. – С. 3 –7.
2. Гринев-Гриневиц, С.В. Терминоведение/ С.В. Гринев-Гриневиц. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. – 304 с.
3. Шелов, С.Д. Термин. Терминологичность. Терминологические определения/ С.Д. Шелов. – СПб.: Филологический фак-т СПбГУ, 2003. –280 с.
4. Суперанская, А.В. Общая терминология: Вопросы теории/ Н.В. Подольская. – М.: ЛИБРОКОМ, 2012. – 138 с.
5. Лантюхова, Н.Н. Термин: определение понятия и его сущностные признаки / Н.Н. Лантюхова, О.В. Загоровская О.В., Т.А. Литвинова // Вестник ВИ ГПС МЧС России. – 2013. – №1.– С. 42–45.
6. Дрезен, Э.К. Стандартизация научно-технических понятий, обозначений и терминов / Э.К. Дрезен. – М.; Л.: Стандартгиз, 1934. – 108 с.

УДК 1751

## КЛАССИФИКАЦИЯ КУЛЬТУРНО-МАРКИРОВАННОЙ ЛЕКСИКИ

*Федорович Яна Игоревна, студент-бакалавр*

*Адамович Светлана Васильевна, к.ф.н*

*ГрГУ им. Я. Купалы, г. Гродно*

**Аннотация:** В данной статье приводятся различные классификации культурно-маркированной лексики.

**Ключевые слова:** лексика, лакуны, группа, реалия, фольклор.

Наиболее полную классификацию безэквивалентной лексики предлагает А.О. Иванов. Он выделяет: референциально-безэквивалентная лексика, которая включает в себя реалии; термины; фразеологизмы; индивидуальные авторские неологизмы; семантические (понятийные) лакуны; слова широкой семантики, употребленные в тексте в своем самом широком значении; различные сложные

слова, которые можно передать только при помощи описательного перевода или трансформаций [1, с. 46]; прагматически-безэквивалентная лексика: диалекты, жаргоны, арго, архаизмы, диалектизмы, аббревиатуры, междометия, звукоподражания, ассоциативные лакуны (слова, имеющие в сознании носителей данного языка определенные дополнительные ассоциации, отсутствующие в сознании носителей другого языка) [1, с. 46]; альтернативно-безэквивалентная лексика, включающая имена собственные, обращения, реалии, фразеологизмы [1, с. 46].

Л.С. Бархударов делит безэквивалентную лексику на следующие группы: имена собственные, географические названия, названия учреждений, организаций, газет и пр. Безэквивалентными являются не только малоизвестные имена и фамилии, но и так называемые «говорящие имена»: «*Молчалин, Скотиник, унтер Пришибеев*» [2, с. 93–94]; реалии – слова, обозначающие предметы, понятия и ситуации, не существующие в практическом опыте людей, говорящих на другом языке, например, названия блюд национальной кухни, виды народной одежды, то есть предметы материальной и духовной культуры [2, с. 93–94]; «случайные лакуны» – лексические единицы одного из языков, которым по каким-либо причинам нет соответствий в лексическом составе другого языка [2, с. 93–94].

Так как безэквивалентная лексика – это общее название для группы лексических единиц, не имеющих соответствий в другом языке, то логично, что внутри этого понятия выделяют свои группы лексики. Среди них:

Реалии относятся к безэквивалентной лексике. Под реалиями понимаются слова, «называющие элементы быта и культуры, исторической эпохи и социального строя, государственного устройства и фольклора, т.е. специфических особенностей данного народа страны, чуждых другим народам и странам» [3, с. 7].

Л.Л. Нелюбин, в своем толковом переводческом словаре дает следующее определение данному понятию: «лакуна – отсутствие лексических эквивалентов в одном языке обозначениям, преимущественно национальных реалий, в другом» [4, с. 95].

Явление лакунарности разрабатывалось и рассматривалось как в авторских исследованиях, так и в общей литературе по теории перевода, лингвострановедению и т.д. Но, несмотря на это, потенциальная сфера лексики (совокупность лакун) остаются изученными недостаточно [4, с. 9].

Исследованием лакун занимались такие ученые, как В.Л. Муравьев, В.Г. Гак, А.И. Белов, Л.А. Леонова, З.Д. Попова, И.А. Стернин, Ю. Марковина, И. В. Томашева, Ю. А. Сорокин, Г.В. Быкова, Б.Харитоновна, А.И. Клишин, Ю.С. Степанов, А.А. Махонина, Е.А. Тарасова, О.А. Огурцова, Е.А. Эйнуллаева. Они классифицировали лакуны следующим образом: синхронические и диахронические лакуны, межъязыковые и внутриязыковые лакуны,

лингвистические и культурологические лакуны, родовые и видовые лакуны, предметные и абстрактные лакуны, номинативные и стилистические лакуны, частеречные лакуны, гендерные лакуны [4, с. 10–11].

Также встречается разделение лакун на: уникальные, частные, эмотивные, грамматические, лакуны-дефиниции, нулевые лакуны, метафорические, аббревиатурные, имплицитные, эксплицитные, конфронтативные, контрастивные, абсолютные, относительные, номинативные, обобщающие, конкретизирующие, вербальные лакуны и другие [4, с. 10–11].

К еще одной подгруппе, которая отражает национально-культурную специфику, можно отнести так называемую сниженную лексику. Среди ее отличительных черт можно отметить экспрессивность, выразительность, эмоциональность. Обычно в ней выделяют две подгруппы: разговорная и просторечная лексика.

К разговорной лексике относят слова, которые, «придавая речи непринужденность, в то же время лишены грубости» [5, с. 122–124].

К просторечной лексике относят «слова, выражения, обороты, формы словоизменения, не входящие в норму литературной речи; часто допускаются в литературных произведениях и разговорной речи для создания определенного колорита» [6, с. 357]. По сравнению с разговорной лексикой, просторечная лексика, либо имеет оттенок грубости, либо ненормативности [7, с. 122].

К лексике обладающей национально-культурной спецификой также можно отнести лексику социальных диалектов, которая включает в себя специальную и жаргонную.

Согласно толковому словарю Л.Л. Нелюбина, жаргон – «своеобразная условная разговорная речь, применяемая отдельной социальной группой с целью языкового обособления» [4, с. 54].

В качестве синонимов к данному термину часто употребляются такие понятия, как арго и сленг, которые необходимо различать: «арго – это, в отличие от жаргона, в той или иной степени тайный язык, создаваемый специально для того, чтобы сделать речь данной социальной группы непонятной для посторонних» [9, с. 31].

Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров к фоновой лексике относят «лексику, несущую наряду с межнациональной информацией информацию национального характера. К ней относятся все слова, наделенные лексическим фоном» [8, с. 239].

Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров классифицировали фоновую лексику следующим образом [8, с. 46–50]: советизмы; слова нового быта; наименование предметов и явлений традиционного быта; историзмы; лексика фразеологических единиц; слова из фольклора.

Подводя итог всему вышесказанному, необходимо отметить, что феномен культурно-маркированной лексики – это широкое понятие, которое

исследовалось множеством лингвистов. Исследователи, занимавшиеся изучением культурно-маркированной лексики, предложили свои классификации, которые являются сходными или различными, в той или иной степени.

### Список литературы:

1. Иванов, А.О. Безэквивалентная лексика / А.О. Иванов. – СПб.: Типография издательства СПбГУ, 2006. – 200 с.
2. Бархударов, Л.С. Язык и перевод / Л.С. Бархударов. – М.: Международные отношения, 1975. – 240 с.
3. Влахов, С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – М.: Международные отношения, 1980. – 343 с.
4. Нелюбин, Л.Л. Толковый переводоведческий словарь / Л.Л. Нелюбин. – 3-е издание, переработанное. — М.: Флинта: Наука. 2003.– 320 с.
5. Рублева, О.Л. Лексикология современного русского языка/ О.Л. Рублева. – Владивосток: Изд-во Дальневосточного ун-та, 2004. – 250 с.
6. Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. – М.: Сов. Энциклопедия, 1966. – 608 с.
7. Беликов, В.И. Социоллингвистика: Учебник для вузов/ В.И. Беликов, Л.П. Крысин. – М.: Рос.гос. гуманит. ун-т, 2001. –439 с.
8. Латышев, Л.К. Технология перевода: Учеб. пособие для студ. лингв, вузов и фак. / Л.К. Латышев. – 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 320 с.

УДК 636.2.034.636.087.7

## ПЕРЕВОД ИМЁН СОБСТВЕННЫХ И НАЗВАНИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕКСТОВ ПОЛИТИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОДЕРЖАНИЯ)

*Цивинская Анастасия Станиславовна, студент-бакалавр  
Чуркова Вера Фроловна, старший преподаватель  
ГрГУ им. Я. Купалы, г. Гродно*

**Аннотация:** В данной статье описываются способы перевода имен собственных, которые могут использоваться в информационных текстах политико-экономического содержания.

**Ключевые слова:** перевод, названия, имена собственные, переводчик, способ.

В настоящее время вопрос перевода имен собственных и названий очень

актуален, поскольку в английском и русском языках используются разные алфавитные системы, в связи, с чем у многих переводчиков возникают трудности при передаче имен собственных и названий на русский язык. Целью данного исследования является выявление основных способов перевода имен собственных и названий в информационных текстах политико-экономического содержания.

Основными способами перевода имен собственных выступают транскрипция и транслитерация. При транслитерации передается буквенная форма слова, например: Richard Grenell – Ричард Гренелл. Раньше этот способ использовался довольно часто, однако сейчас предпочтение отдается транскрипции, поскольку именно этот способ перевода является наиболее приближенным к оригиналу. В отличие от транслитерации, транскрипция отражает звучание слова, перевод осуществляется по фонетическому принципу, например: Amy Berman Jackson – Эми Берман Джексон, Elizabeth Warren – Элизабет Уоррен, Hillary Clinton – Хиллари Клинтон, Дональд Трамп – Donald Trump. Однако не все английские звуки присутствуют в русском языке, по этой причине зачастую транскрипция используется совместно с транслитерацией. Также еще одним отступлением от транскрипции является передача на русский язык непроносимого звука «р» [1, с. 120].

Существует несколько способов передачи географических названий на русский язык, одним из которых является калькирование, например: the Pacific Ocean – Тихий океан, New South Wales – Новый Южный Уэльс. Также нередко используется транскрипция: New Mexico – Нью-Мексико, Pearl Harbor – Перл Харбор. В некоторых случаях используется смешанный способ, то есть некоторые слова переводятся, а некоторые транскрибируются: North Dakota – Северная Дакота; New Zealand – Новая Зеландия. Названия компаний обычно передаются с помощью транскрипции: «BBC» – «Би-би-си», «Sky News» – «Скай Ньюз». Названия периодических изданий, как правило, транскрибируются, при этом артикль опускается: «The Guardian» – «Гардиан». Названия кораблей, улиц, площадей транскрибируются: Downing Street – Даунинг-стрит, Times Square – Таймс-сквер. Как правило, названия партий, международных организаций и государственных служб переводятся: Conservative Party – Консервативная партия, UN – ООН, House of Representatives – Палата представителей, Federal Reserve System – Федеральная резервная система. Однако существуют исключения: Labour Party – Лейбористская партия, Foreign Office – Форин Офис и другие.

Таким образом, можно выделить такие способы передачи имен собственных и названий на русский язык, как транскрипция, транслитерация, калькирование и перевод. Как показывает практика, многие журналисты не передают названия компаний, газет и т.д. на русский язык, вследствие чего очень часто в русском тексте можно увидеть такие английские названия, как

«Politico» (газета), «TheNewYorkTimes» (газета), Time (журнал), «GeneralElectric» (компания), CNN (телеканал). Данный подход не является приемлемым, поскольку согласно нормам, в русском тексте все должно быть написано по-русски.

### Список литературы:

1. Слепович, В.С. Курс перевода (английский - русский язык): учебное пособие для вузов по специальности «Мировая экономика и международные экономические отношения» / В.С. Слепович. – Минск: ТетраСистемс, 2008. – 316 с.

УДК 811'27'42

## СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ КОНЦЕПТА «ДОМ» В БЕЛОРУССКОМ ЯЗЫКЕ

*Янченя Оксана Викторовна, студент-бакалавр  
Литвинович Анжелика Генриховна, к.ф.н., доцент  
ГрГУ им. Я. Купалы, г. Гродно*

**Аннотация:** В данной статье подробно описываются средства выражения концепта «дом» в белорусском языке.

**Ключевые слова:** концепт, лексема, семантическое поле, бытие, дом.

Анализ средств выражения концепта «дом» в белорусском языке проходил по определенному алгоритму. Так были проведены следующие виды анализа: дефиниционный анализ; анализ корпусных данных; анализ публицистических текстов; анализ фразеологизмов и паремий.

При анализе корпусных данных в качестве источника мы использовали Беларускую Палічку [1]. Методом сплошной выборки из данного корпуса были отобраны 50 примеров употребления лексемы «дом».

Итак, анализ корпусных данных показал, что лексема «дом» может выражать следующие значения:

– семья / родительский дом: *Доўгаядарогададому; Родны дом; Свой дом; Трэбадомабывацьчасцей; Бацькаўдом.*

– здание среднего размера, служащее для жилья или места работы: *Абяцаюць нам новы раскошны дом; Дворыкпаднямецкімдомам; Дом з блакітныміаканіцамі.*

– учреждения для обслуживания потребностей граждан: *ДомікБагдановіча; Хронікадзетдомаўскага сада; Домтворчасці.*

Таким образом, исследуемый корпус лексемы «дом» показал, что концепт

«дом» реализуется посредством следующих значений: родительский дом, учреждение, здание.

Следующим этапом исследования являлось изучение функционирования концепта «дом» в публицистических текстах различной тематики: политика, культура, спорт, общество. Методом сплошной выборке было отобрано 20 контекстов с употреблением лексемы «дом» в 14 статьях газет «Наша Ніва» [2] и «Звязда» [3], выданных 9-24 декабря 2019 года.

Так, лексико-семантическое поле концепта «дом» включает в себя множество единиц, которые выделяются на основе частотности употребления. Ядерными составляющими семантического поля концепта выступают лексемы, являющиеся основным значением: здание, жилое помещение, семья, предприятие / учреждение. Первые три лексемы образуют поле.

*Зпершыхдзённовага года па 31 снежня 2021 года ўключна “старыя” грашовызнакіможнабудзеабмяняць на “новыя” толькі ў Нацыянальным банку Беларусі па адрасе: горадМінск, вул. Талстога, дом 6.*

*Уявіцесабесітуацыю: матуля, сыходзячы на работу, цалуе ў макаўку сваю дачку-падлетка, а тая, як толькі за апошнімдарослым у домезачыняюццадзверы, нацягваеласіны, уключае новы трэк, і, павярнуўшыся да камеры задам, рытмічнарухаецелам.*

*Таму я ведаю якасцьгэтагапрадукту, я домадрэнныхпрадуктаў не трымаю», – растлумачыўжурналісткалегам .*

*У заключэнні было напісана, шторамонтуён не падлягае, а значыць, ягоможнаспісаць. Але дырэктару не хапілацярпення – інструментразабралі івынеслі з Дома культуры.*

Околоядерная зона представлена гиперонимами, словами-синонимами, имеющими нейтральную или наоборот эмоциональную окраску: благоустроенное или неблагоустроенное жильё, уединение, архитектурное строение, жильцы, родство, свое пространство, уют. При этом они могут употребляться и в переносном значении.

*Па-трэцяе, усякраінастаіць на праслушцы, самаймоцнайпалітычнайсілай тутз’яўляеццаЖоўты дом, якікантралюеШэры дом, якіманіторыццаШкляным домам .*

Таким образом, концепт «дом» в белорусскоязычной прессе представлен теми же значениями, что и в толковых словарях.

Материалом исследования репрезентации концепта «дом» во фразеологизмах и поговорках белорусского языка послужил онлайн-словарь пословиц, поговорок и фразеологизмов [4].

Анализ актуализации концепта «дом» по средствам паремий и фразеологизмов позволил выделить несколько микрополей, связанных с восприятием дома и составляющих ассоциативно-смысловое поле в сознании белорусов. Так, наиболее стереотипным представлением дома в языковом

сознании белорусов являются лексемы семья, уют, семейный очаг. Например: *Сямейка малая - (усім) работы хапае.*

Анализ ядерных лексем показал, что для представителей белорусской лингвокультуры наиболее важными являются такие признаки концепта «дом», как ограниченное пространство, принадлежащее индивиду:

– мой дом, родной дом, личный уголок, личное пространство: *У сваімгародзёроўнываяводзе = На сваімпадворку і сабакаадважнейшы = І верабей на сваімпадворкуспраўны = На сваімсьметніку і верабейгаспадар = На сваімсьметніку і певень смелы (смялейшы).*

– наличие душевности, уюта: тепло, уют, спокойствие, очаг, защита и т. д.: *У сваёйхаце і вуглыпамагаюць = Усваёйхаце і качарганомач = У сваёйхаце і дзіркігрэюць.*

*Хата слаўнаягаспадыняю = Слаўная хата не вугламі, але пірагамі (кнышамі) = Якая ў гаспадыністрава, такая ёй і слава = Без гаспадынькі хата, штодзень без сонца.*

– ассоциация с родственными связями: мама, папа, родные, семья, близкие, бабушка: *Гаспадар і баба - адна рада.*

В целом модель белорусского дома представляет собой иерархию, в которой дом одного человека расширяется до понимания дома социума, всего народа и в итоге до всечеловеческого дома. Дом выступает символом постоянства, надежности и чувства безопасности, принадлежности к семье, роду. С концептом «дом» в той или иной мере соотнесены все важнейшие категории жизни человека. Одним из бесценных качеств белорусов является трепетное отношение к семье и ее традициям.

– *Хата без гаспадара плача.*

– *Як гаспадарёсць у хаце, дык усёбудзе добра дбаці.*

При интерпретации периферийного значения концепта «дом», обозначающего семейных очаг, уют, весомая роль отводится в белорусской языковой картине мира именно женщине. Быть хранительницей домашнего очага и выполнять работу по дому рассматривается как непосредственное предназначение женщины в этом мире и принимается как данность. В отличие от мужчины, женщина отвечает за нефизическую, духовную составляющую. Именно женщина из здания, построенного из неживой материи, делает дом, посредством создания уюта и особой атмосферы:

– *Жонкатрывуглы дома трымае .*

– *Без гаспадынькі хата, штодзень без сонца.*

Прослеживается четкое разделение труда и сфер влияния: *Каліборацячэ, гаспадынябліныпячэ, а калі гумно цячэ, гаспадар з хаты ўцячэ .*

Таким образом, значение концепта «дом» в белорусской лингвокультуре нацелено на размышление о доме как важнейшей ценности бытия, уходящей корнями в далекое прошлое и продолжающей оставаться нравственной опорой



в жизни сегодняшней.

### Список литературы:

1. Беларуская Палічка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.knihi.com>. – Дата доступа: 24.12.2019.
2. Наша Ніва [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nn.by>. – Дата доступа: 24.12.2019.
3. Звезда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zviazda.by/be>. – Дата доступа: 24.12.2019.
4. Малый русско-белорусский словарь пословиц, поговорок и фразеологизмов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://book2.org/book/580684/20ba76>. – Дата доступа: 23.11.2019.

## СЕКЦИЯ 6. «ФИЛОСОФИЯ КУЛЬТУРЫ»

УДК 316.61

### СОЦИАЛИЗАЦИЯ ГЛУХИХ ДЕТЕЙ ПОСРЕДСТВОМ ТЕАТРАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Боброва Ксения Сергеевна, студент-бакалавр  
Глухова Ольга Айваровна, старший преподаватель  
ФГБОУ ВО «Череповецкий государственный университет», г. Череповец*

**Аннотация:** в статье освещаются проблемы социальной адаптации и реабилитации детей с нарушенной слуховой функцией в процессе театральной деятельности. Рассматриваются основные задачи и направления работы театральной деятельности, как составной части социально-экономического и духовного направления современной общественной системы.

**Ключевые слова:** дети с нарушениями слуховой функции, адаптация, социализация, театральная деятельность.

На современном этапе развития общества одной из основных проблем детей с ограниченными возможностями здоровья является нарушение связи такого ребёнка с социумом, ограниченность контактов со сверстниками и взрослыми, а иногда и недоступность образовательного процесса.

Для решения данной проблемы необходимо вовлекать детей с нарушенным развитием в общественную систему взаимоотношений, посредством создания условий для поэтапного усвоения детьми социально значимого опыта и культурных норм общения с окружающими людьми.

Касаемо детей с нарушениями слуховой функции проблемы социальной адаптации и реабилитации регулируются в условиях целенаправленного психолого-педагогического воздействия, в которое включаются доступные области бытовой, индивидуальной и общественно-значимой деятельности, в том числе и театральной, с учетом личностных особенностей и способностей ребёнка [4].

В процессе социализации ребёнка с нарушениями слуха главной целью ставится обучение взаимодействию с окружающими людьми, воспитание культуры чувств и норм поведения, формирование моральных, нравственных, этических качеств социально-значимой личности.

Следует отметить, что театральная деятельность как средство коррекции и развития ребёнка с нарушенной слуховой функцией актуальна и отражает перспективные направления работы с компенсаторными возможностями детского организма. В процессе театральной деятельности данное положение отражается в основных видах работы с детьми с нарушениями слуха:

- театральная игра;
- ритмопластика;
- культура и техника речи;
- основы театральной культуры;
- работа над спектаклем.

Сказанное заставляет полагать, что творческая деятельность и развитие творческих способностей ребёнка – это составная часть социально-экономического и духовного направления современной общественной системы.

Развивая концепцию о социальном воспитании личности дошкольника с нарушениями слуха можно сделать вывод, что линии социального развития непосредственно связаны с возникновением этически-нравственных представлений и чувств ребенка, овладением общественными нормами поведения, обогащением его эмоциональной сферы, развитием и складыванием личностных качеств [2].

Исходя из вышесказанного следует, что в социальном воспитании посредством театральной деятельности можно выделить основные задачи:

1. формировать взаимодействие и общение ребенка со взрослыми;
2. развивать общение ребенка со сверстниками;
3. формировать межличностные отношения;
4. развивать сферу самосознания;
5. формировать образ самого себя.

Таким образом, можно констатировать единство взглядов на то, что по своей сущности театральная деятельность позволяет развивать детей с нарушением слуха в следующих направлениях: в процессе социализации; в адаптации к окружающему миру; в развитии эмоциональности и высших психических функций, таких как мышление, воображение, память, внимание,

ощущение и восприятие; в формировании познавательных процессов; в развитии совместной деятельности и сотрудничества; в расширении и закреплении знаний, полученных в процессе обучения.

Вместе с тем следует подчеркнуть, что театральная деятельность учит ребёнка с нарушениями слуховой функции облекать выражение своих чувств в культурно принятую форму, то есть усваивать определённый «язык» чувств — принятый в обществе и способы выражения его оттенков в деталях, показывать переживания при помощи улыбок, мимики, жестов, движений. Ребёнок овладевает таким языком чувств в процессе взаимодействия со сверстниками и пользуется им в дальнейшем уже осознанно, информируя окружающих о своих переживаниях, воздействуя на них [1].

В результате изучения различных источников мы пришли к тому, что применение такого вида работы, как театральная деятельность:

- позволяет обеспечить адекватную реакцию на негативные эмоциональные состояния (агрессию, гнев, страх);
- оказывает дополнительное влияние на осознание ребёнком своих чувств, переживаний и эмоциональных состояний;
- повышает личностную ценность, содействует формированию позитивной «Я - концепции» и повышению уверенности в себе за счет социального признания ценности;
- облегчает процесс общения для замкнутых и стеснительных детей;
- предоставляет возможности невербального контакта между детьми и использования жестовой речи;
- способствует преодолению коммуникативных барьеров и психологических защит [3].

Таким образом, чувства, эмоции, переданные в театральной игре, облегчают и ускоряют словесное выражение переживаний, отношений неслышающими детьми, способствуют формированию положительных эмоций, гармонизации личности в целом. В результате чего театральная деятельность наполняет жизнь детей радостными переживаниями, эмоционально обогащает их, создает бодрое настроение, приносит ребёнку удовлетворение и доставляет удовольствие.

### **Список литературы:**

1. Богданова Т.Г. Сурдопсихология: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. — М.: Академия, 2002. - с. 3-203
2. Головчиц Л.А. Дошкольная сурдопедагогика: Воспитание и обучение дошкольников с нарушениями слуха: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. — М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2001. — 304 с.
3. Киреева Г.А. Организация внеклассной работы в школе слабослышащих. Развивать и воспитывать творчеством [Электронный ресурс]:

книга для педагога/ Киреева Г.А., Федосеева Т.Н.— Электрон. текстовые данные. — Санкт-Петербург: КАРО, 2008.— 176 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/68607.html>. — ЭБС «IPRbooks» (дата обращения: 28.02.2020).

4. Чичкова Т. И. Социализация детей с нарушением слуха в современном обществе // Молодой ученый. — 2016. — №26. — С. 705-708. — URL: <https://moluch.ru/archive/130/36053/> (дата обращения: 22.02.2020).

УДК 796:378.663

## **ФОРМИРОВАНИЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ СРЕДИ ОБУЧАЮЩИХСЯ АГРАРНОГО ВУЗА**

*Борисенко Евгений Олегович, студент-бакалавр  
Чернышева Елена Николаевна, к.п.н., доцент  
ФГБОУ ВО Великолукская ГСХА, г. Великие Луки*

Аннотация: в статье выделяются организационные составляющие активизации физкультурно-оздоровительной деятельности, связанные с пересмотром требований к двигательному объему образовательной нагрузки обучающегося в соответствии с учебным планом программы подготовки бакалавриата.

Ключевые слова: физическая культура, деятельность, компетентностный подход, технология.

С момента приведения в действие новых федеральных государственных образовательных стандартов поколения 3++, образовательный процесс определяет структуру/содержание образовательных программ осуществляет на основе компетентностного подхода. Компетентностный подход ориентирует образовательный процесс в основном на практические результаты обучения, которые выражены в форме компетенций и предполагают ориентацию на отбор содержания/ конструирование здоровьесберегающих технологий выступающие как часть индивидуального культурного пространства физической культуры личности способной поддерживать индивидуальную здоровьесберегающую жизнедеятельность и осуществлять подготовку к будущей профессиональной/аграрной деятельности [1], [4].

Следовательно, цель исследования - поиск эффективных форм физкультурно-образовательных занятий для обучающихся аграрного вуза.

По мнению Е.Н. Чернышевой и Е.Н. Карасевой [4] проектирование образовательного процесса с педагогических позиций базируется, осуществляется на основе компетентностного подхода, является интегральной

составляющей для физкультурно-оздоровительной деятельности в системе высшего аграрного образования с учетом: компонентов образовательной компетентности будущих бакалавров в соответствии с профильным направлением подготовки, необходимых для повышения конкурентоспособности на современном рынке аграрного труда; указаний/рекомендаций, представленных в регламентирующих документах высшего образования о необходимости интеграции личности в общую культуру, анализа информационных источников, позволяющих реализовывать интересы и потребности, характерные для конкретного вида культуры физической; проблемной ситуации, требующей осмысления, поиска новой теоретической и эмпирической информации для эффективного решения возникшей практической проблемы, где практика выступает стимулирующим фактором самообразования, саморазвития и самосовершенствования для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; активизация мониторинга личностного развития, позволяющего корректировать процесс формирования компетенций у обучающихся в рамках дисциплины «Физическая культура и спорт»/спортивных секций.

Разработанный на этой основе методологический подход [2], [4] реализует деятельностную парадигму образования в практике образовательного процесса, в которой содержание совершаемой деятельности при формировании компетенций определяет личностное и социальное развитие обучаемых. В рамках данного подхода обосновывается вариант перехода с теоретического уровня научного анализа на эмпирический, имеющий большое значение при разработке проектов и рабочих программ по дисциплине «Физическая культура и спорт» в соответствии с направлением /профилем подготовки обучающихся.

Предварительный анализ нашего исследования позволил спроектировать процесс физического образования/воспитания обучающихся аграрного вуза на основе использования физкультурно-оздоровительных технологий. Эффективность освоения образовательных компетенций выступает мерилем качества образования. Иначе, активные способы деятельности, которые реализуются на основе знаний и являются результирующим фактором сформированности личности обучающегося, которая способна методически грамотно использовать средства физической культуры для здоровьесформирующей жизнедеятельности и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

В исследованиях, апробированных Е.Н. Чернышевой и Е.Н. Карасевой [3],[4], указывается, что содержательный аспект физкультурно-оздоровительной технологии характеризует ее социокультурную значимость, которая раскрывается в принципах реализации технологии, определяющих направленность физкультурно-оздоровительной деятельности, а именно: свободный выбор вида двигательной активности/вида спорта,

культивирующегося в высшем образовательном учреждении; моделируется комплекс знаний, умений и навыков, определяющих набор профессиональных ключевых компетенций и их содержательное наполнение, обеспечивающее готовность выпускника сельскохозяйственного вуза к продуктивной деятельности; педагогическое управление и организация тренирующих воздействий; оптимальность физических нагрузок индивидуальной направленности (в том числе с учетом нозологических форм); формирование учебно-тренировочных групп с учетом двигательной подготовленности, мотиваций и интересов каждого обучающегося в сельскохозяйственном вузе; интегративность содержания (динамическое сочетание теории, методики и практики) физкультурно-оздоровительной деятельности; преимущество регламентированных и самостоятельных форм занятий по физической культуре и спорту; моделирование физкультурно-образовательного процесса, основанного на диагностических показателях физического и функционального состояния, двигательной подготовленности; выбор объема физической нагрузки с учетом индивидуальных особенностей обучающегося (в том числе нозологических форм) и интенсивности двигательной активности в качестве нового критерия эффективности педагогического процесса; успех как стимул формирования мотивов познавательной и двигательной деятельности обучающихся.

Таблица 1 – Уровень сформированности компетенций обучающихся по физической культуре (%)

Группы обучающихся 1 курса	Когнитивный компонент			Деятельностно-результативный компонент			Рефлексивный компонент		
	Уровень сформированности компетенций								
	низкий	средний	высокий	низкий	средний	высокий	низкий	средний	высокий
ВГСХА	26,5	63,6	9,8	49,1	35,1	15,8	36,4	40,2	23,4

Таким образом, организационная структура образовательного процесса по физической культуре и спорту должна предусматривать приоритеты в выборе физкультурно-технологических направлений и форм их реализации в процессе физического совершенствования.

### Список литературы:

1. Никитушкин, В.Г. Оздоровительные технологии в системе физического воспитания: учебное пособие / В.Г. Никитушкин, Н.Н. Чесноков, Е.Н. Чернышева. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 217 с.
2. Чернышева, Е.Н. Реализация компетентного подхода в процессе преподавания дисциплины «Физическая культура и спорт» в условиях высшего образования / Е.Н. Чернышева, Е.Н. Карасева, Д.К. Василевский, А.Е. Эрастов // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2019. -1 (179)

3. Чернышева, Е.Н. Моделирование учебно-тренировочных занятий по легкой атлетике в условиях сельскохозяйственного вуза/ Е.Н. Чернышева // Материалы национальной научно-практической конференции «Проблемы и перспективы развития физической культуры, спорта и здоровья в образовательном пространстве современной России». - Волгоград, 2019. – С.48-54.

4. Чернышева, Е.Н. Технологический подход при организации учебно-тренировочного процесса по легкой атлетике в условиях непрофильного высшего образования: учебно-методическое пособие / Е.Н. Чернышева, Е.Н. Карасева, Н.И. Лавриненко, Ф.Н. Наврузбеков, Е.В. Карташова. - Елец:ЕГУ им. И.А. Бунина, 2019. - 167 с.

УДК 376.035:378.663

**ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ АЭРОБИКИ НА  
ФИЗИЧЕСКУЮ ПОДГОТОВЛЕННОСТЬ ДЕВУШЕК 18-22 ЛЕТ В  
РАМКАХ ЭЛЕКТИВНЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
«ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ» В  
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОМ ВУЗЕ**

*Бурдыко Татьяна Анатольевна, студент-бакалавр  
Стрелецкая Юлия Владимировна, к.п. н., доцент  
ФГБОУ ВО Великолукская ГСХА, г. Великие Луки*

**Аннотация:** Внедрение в физкультурную практику новых оздоровительных технологий, к которым относятся различные виды аэробики, позволяет удовлетворить потребности занимающихся в выборе доступных и эффективных форм физической активности в зависимости от их мотивационных запросов, физического состояния и социальных предпосылок [1]. Однако в научно-методической литературе имеются весьма разноречивые рекомендации о величине объема, интенсивности и характера нагрузок в зависимости от возраста и подготовленности занимающихся. Следовательно, проблема поиска эффективных и привлекательных форм оздоровительных тренировок на современном этапе остаётся открытой.

**Ключевые слова:** образовательный процесс, оздоровительная аэробика, физическая подготовленность, учебная программа, здоровый образ жизни, образовательная модель.

В последнее время в нашей стране характерным стало повышение интереса к занятиям физической культурой. Поэтому, наиболее актуальным является поиск таких форм занятий физическими упражнениями, которые не только бы

обеспечивали высокий уровень здоровья, повышение работоспособности и разностороннего развития двигательных качеств и способностей, но были бы привлекательными и соответствовали интересам и потребностям занимающихся.

Цель исследования - определить влияние оздоровительной аэробики на физическую подготовленность девушек 18-22 лет.

Объект исследования - процесс физической подготовки девушек 18-22 лет на занятиях оздоровительной аэробикой в рамках элективных занятий по дисциплине «Физическая культура и спорт».

Предмет исследования - динамика физической подготовленности девушек 18-22 лет средствами оздоровительной аэробики в рамках элективных занятий по дисциплине «Физическая культура и спорт».

В процессе исследования решались следующие задачи: разработать и обосновать модель занятий оздоровительной аэробикой в рамках элективных занятий по дисциплине «Физическая культура и спорт»; выявить особенности мотивации девушек 18-22, занимающихся в группах оздоровительной аэробики; провести сравнительный анализ показателей уровня физической подготовленности обучающихся с различным стажем занятий оздоровительной аэробикой.

В педагогическом эксперименте принимали участие обучающиеся 1-4 курсов ФГБОУ «Великолукская государственная сельскохозяйственная академия» (10 человек – экспериментальная группа, стаж занятий 1 год и 10 человек - контрольная группы, стаж занятий 3 года). Построение занятий основывается на годичном цикле подготовки, состоящего из двух этапов обучения (соответствующих первому и второму семестрам занятий). Второй этап имел более высокие общие показатели нагрузки (на 3% - 5%) [2].

В нашем исследовании предполагается обосновать эффективность разработанной образовательной модели в рамках элективных занятий по дисциплине «Физическая культура и спорт». Целевая направленность фитнес образования заключается в формировании личности. Это личность, в которой заложены знания, навыки и умения, культура движений, позволяющие получать удовольствие от занятий оздоровительной аэробикой и желание совершенствоваться [3]. При определении мотивации и уровня двигательной активности мы выявили, что среди обучающихся наиболее предпочтительны и популярны занятия различными направлениями фитнеса. Результаты анкетного опроса показывают, что для девушек 18-22 главной причиной выбора занятий оздоровительной аэробикой стал мотив коррекции фигуры (56 %). На втором месте – стремление к двигательной активности (24 %) и на третьем месте отмечен такой мотив в целях занятий, как внутренняя разрядка, снятие эмоционального напряжения (20%). К сожалению, выяснилось, что для девушек желание быть здоровой не является первостепенной задачей.



Респонденты также указали на то, что с помощью занятий они хотят приобрести уверенность в своих силах, найти новых знакомых, разнообразить досуг. При анкетировании выяснилось, что часть респондентов (33 %) помимо оздоровительной аэробики занимались или продолжают заниматься различными видами спорта. Так, спортивными играми увлекаются 21 % опрошенных, периодически совершают прогулки на лыжах 18 % девушек, в тренажерном зале занимаются 17% опрошенных. Для остального же занятия аэробикой являются единственным средством для укрепления здоровья, повышения двигательной активности и улучшения двигательной подготовленности.

С целью проверки физической подготовленности девушек с различным стажем занятий оздоровительной аэробикой было проведено тестирование по общепринятым методикам (Таблица 3).

Таблица 3 - Сравнительные данные показателей уровня физической подготовленности (по тестам) в контрольной и экспериментальных группах с различным стажем занятий (баллы)

Группы	КГ	уровень	ЭГ	уровень
Гибкость	2.7±0.34	средний	4.0±0.3	выше среднего
Дост-сть различий	$t_{н} = 9.3 > t_{г}$			
Сила	1.2±0.4	ниже среднего	3.6±0.6	выше среднего
Дост-сть различий	$t_{н} = 11 > t_{г}$			
Силовая вынос-сть	1.0±0	низкий	4.5±0.7	высокий
Дост-сть различий	$t_{н} = 17.5 > t_{г}$			
Скоростно-силовые	2.3±0.5	средний	4.4±0.5	высокий
Дост-сть различий	$t_{н} = 15 > t_{г}$			
Координация	3.4± 0.5	выше среднего	4.6± 0.5	высокий
Дост-сть различий	$t_{н} = 5.4 > t_{г}$			

Полученные результаты позволяют констатировать, что занятия аэробикой сопровождаются относительно быстрым проявлением (в пределах 3-х лет) роста физических качеств и способностей, которые не только стабилизируются в пределах нормы, в среднем за 1-2 года систематических занятий, но и развиваются до уровня «выше среднего», а в отдельных показателях до высокого. За годы занятий у девушек 18-22 лет происходит существенный сдвиг в показателях физической подготовленности.

### Список литературы:

1. Стрелецкая Ю.В. Оздоровительная аэробика: методическое пособие для студентов высших учебных заведений нефизкультурного профиля и преподавателей кафедр физической культуры / Ю.В. Стрелецкая, Ткачева О.Н., Калинина Т.В.; Великие Луки: Изд-во ФГБОУ ВО «Великолукская ГСХА», 2016. - 60с.
2. Технология аэробного класса с позиции программно-целевого подхода

к построению учебного года в рамках элективных занятий по физической культуре в сельскохозяйственном вузе // Материалы Всероссийской научно-методической конференции с международным участием, посвященной 100-летию аграрного образования в Ивановской области. Иваново, 2018. С.1281-1286

3.Оздоровительные технологии в системе физического воспитания: учебное пособие / В.Г.Никитушкин, Е.Н.Чернышева, Н.Н.Чесноков [Рекомендовано УМО по образованию в области физической культуры]. – М.: Физическая культура, 2013. – 271 с.

УДК 796: 378, 663

## **ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЧАСТЬ ЖИЗНИ СТУДЕНТА**

*Бычкова Кристина Витальевна, студент-магистрант  
Носова Яна Владимировна, преподаватель физической  
культуры ФГБОУ ВО Великолукская ГСХА, г. Великие Луки*

**Аннотация:** в статье рассматриваются вопросы влияния гиподинамии на двигательную активность обучающихся в средне-специальном учебном заведении. Уделяется внимание снижению двигательной активности и поиску условий для осуществления физкультурно-спортивной деятельности.

**Ключевые слова:** двигательная активность, теоретические нагрузки, мотивация занятий физической культурой.

**Актуальность:** В ряде исследований за двигательной активностью обучающихся выявлено, что многие находятся под влиянием гиподинамии [3], [5], [6]. Большие теоретические нагрузки на занятиях не способствуют активным занятиям физической культурой. Забота о хорошем физическом развитии не стала потребностью в жизни обучающихся. Повышение интереса к физическим упражнениям с целью сохранения здоровья будущих специалистов является неотъемлемым процессом. Поиск условий для занятий и организационных подходов для привлечения обучающихся и физкультурной спортивной деятельностью является неотъемлемой частью всего образовательного процесса. [1], [2]

В нашей работе поставлены следующие задачи:

- Изучить занятость обучающихся 1 и 2 курсов отделения средне специальное образование (далее - СПО) на теоретических занятиях.
- Выявить возможные места для занятий физкультурно-спортивной деятельностью в академии и на близлежащих спортивных городках и

стадионах.

Решение поставленных задач осуществляли следующими методами: педагогические наблюдения; хронометрирование; опрос-беседа; математические методы

В течение двух учебных лет 2017-2018 и 2018-2019 годы, осуществляли опрос, педагогическое наблюдение и хронометраж за 45 обучающийся отделение СПО.

В исследовании приняли участие 25 девушек и 30 юношей. По результатам контроля за здоровьем обучающихся и антропометрическими показателями выявлено, что 10 юношей и 12 девушек имели малую мышечную и жировую массу. При этом в академии имеются спортивные и тренажерные залы, рядом с общежитием парк культуры и отдыха с тренажерами для всестороннего развития, атлетический стадион, пешеходные и беговые тропинки.

Исходя из имеющийся спортивной базы, на учебных занятиях по физическому воспитанию студентам разъяснялось необходимость сохранять и поддерживать здоровье. Прививался интерес вызывающий желание заставить себя действовать, формировались мотивы.

По рекомендациям научно-методической литературы [4] выделены причины, влияющие на занятия физическими упражнениями: организационные, как в учебном, так и в свободное время; субъективно - личностные; функционально-оздоровительные.

К наиболее значимым причинам относятся личная организованность и условия, в котором протекает деятельность. Необходимо отметить влияние причин материального характера, которые выражаются во внешнем виде, возможностях удовлетворить эстетические вкусы. Для девушек важно выглядеть привлекательно. Юноши обращают внимание на качество инвентаря. На начальных курсах ведущие место отводится причине связанное с усталостью от учебы. Это свидетельствует об отсутствии представлений о том, что можно снимать такую усталость средствами физической культуры.

Учитывая перечисленные рекомендации, мы ставили перед занимающимися реальные цели исходя из занятий в академии и их социальной активности в сфере физической культуры.

Можно выделить несколько групп целей 1) функционально-оздоровительные, направленные на улучшения здоровья, повышение работоспособности, активизация умственно деятельности; 2) коммуникативно-воспитательные, содержание которых направленно на общение с друзьями, воспитание волевых качеств, повышение личного престижа. 3) «барьерные», предполагающие выполнение норм и требований программы по физическому воспитанию.

Нехватка свободного времени отрицательно сказывается на отношении к

занятиям физической культуры. От количества свободного времени во многом зависит успех в формировании жизненных установок, интересов, потребностей личности. С одной стороны, свободное время является фактором, формирующим многие потребности личности, с другой - потребности оказывают существенное влияние на структуру свободного времени, его значимость, его образ жизни.

По окончании исследований мы можем заключить, что активность участия в спортивно-массовых соревнованиях улучшилась; девушки стали внимательно следить за своим весом и фигурой; образовались не большие группы по интересам в спорте (игра в Дартс, норвежская ходьба, бег по пересеченной местности (в парке и крепости) и др. В целом количество занимающихся различными видами физических упражнений из 100% увеличилось на 15%.

### **Список литературы:**

1. Афанасьева С.В. Профессионально - прикладная физическая культура в аграрном вузе/ С.В. Афанасьева, Холов А.В // «Актуальные проблемы и перспективы развития физической культуры в высших учебных заведениях Минсельхоза России»: Материалы Всероссийской научно- практической конференции с участием международных делегатов стран СНГ. (10-13 ноября 2010г, Тюмень).-Тюмень: Вектор Бук, 2010. С 24-26.

2. Антропов А.И. Определение мотивации и интереса студентов к физкультурной - спортивной деятельности/ А.И.Антропов, М.В.Суворов, Т.И Смирных// «Актуальные проблемы и перспективы развития физической культуры в высших учебных заведениях Минсельхоза России»: Материалы Всероссийской научно - практической конференции с участием международных делегатов стран СНГ. (10-13 ноября 2010г, Тюмень).-Тюмень: Вектор Бук, 2010. С 21-24.

3. Дзюбалов А.В. Роль кафедр физической культуры в приобщении студенческой молодежи к здоровому образу жизни//А.В.Дзюбалов «Актуальные проблемы и перспективы развития физической культуры в высших учебных заведениях Минсельхоза России»: Материалы Всероссийской научно- практической конференции с участием международных делегатов стран СНГ. (10-13 ноября 2010г, Тюмень).-Тюмень: Вектор Бук, 2010. С 45-47.

4. Кереселидзе А.Ш. Факторы, определяющие позитивный интерес студентов к физической культуре и спорту// А.Ш.Кереселидзе «Актуальные проблемы и перспективы развития физической культуры в высших учебных заведениях Минсельхоза России»: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с участием международных делегатов стран СНГ. (10-13 ноября 2010г, Тюмень). -Тюмень: Вектор Бук,2010. С57-59.

5.Казначеев С.В. Опыт преподавания физической культуры в

нефизкультурном вузе /С.В.Казначеев, О.В.Лопатина, Ж.Ю.Богомолова//Высшее образование в России. -2013. -№8-9. -С.101-105.

б.Виленский М.Я. Физическая культура и здоровый образ жизни студента: учеб. пособие для вузов по дисц. «Физическая культура» / М.Я.Виленский, А.Г.Горшков. -М.: КноРус, 2012.-240с.

УДК 101.1:316

## **ПОКОЛЕНИЕ Z - ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА**

*Жданова Ангелина Эдуардовн, студент бакалавр  
Дрянных Наталия Викторовна, к. ф. н., доцент  
ФГБОУ ВО ВоГУ. г. Вологда*

**Аннотация:** Статья посвящена основным характеристикам поколения Z. Автор, рассматривая проблемы, особенности, поведенческие характеристики данного поколения, обращает внимание на уникальность поколения Z относительно предыдущих поколений.

**Ключевые слова:** поколение Z, центениалы, социальное поколение, ценности.

В 1991 году известный экономист и специалист в области демографии Н. Хоув и историк В. Штраус независимо друг от друга создали так называемую «теорию поколений». Авторы теории проанализировали всю историю США, уделив особое внимание XX веку, и обнаружили, что существуют определенные периоды, когда большинство людей обладают сходными ценностями. Такие периоды были названы социальными поколениями.

Нил Хоув и Вильям Штраус считали, что «социальное поколение – это некая совокупность людей, рожденных в один двадцатилетний период и обладающих тремя общими критериями: возрастное положение в истории, что подразумевает под собой переживание одних и тех же исторических событий в примерно одинаковом возрасте, общие, единые верования и модели поведения и ощущение причастности к данному поколению» [1].

Одно из последних поколений авторы назвали «поколение Z» или «поколение центениалов». Нил Хоув и Вильям Штраус замечают, что единого представления о причинах появления данного поколения нет. Однако с большей вероятностью можно сказать, что именно девяностые годы двадцатого века, в частности 1991-2001 года, стали той основой, когда появляются первые представители «поколение центениалов».

С самых первых дней жизни это поколение окружают непрерывно-развивающиеся научно-технические процессы. Информация поступает к ним из

множества экранов: телефона, компьютера, телевизора и планшета, меняются «способы передачи структурирования и закрепления знаний» [2]. В связи с чем, у них нет разделения между реальностью и виртуальностью. Поколение Z предпочитает смотреть, а не читать. Поэтому привлечь их внимание может действительно что-то интересное и значимое.

Ценностью центениалов является личный бренд. В свою очередь виртуальный мир, а именно социальные сети, дают им возможность заявить о себе и показать себя со всех сторон, как интеллектуально, так и внешне. Это поколение отличается практичностью и реальным взглядом на жизнь, на будущее. Они отмечают то что им не принесет пользы, они понимают и знают, как и какими средствами им добиться результата. Они верят, что им под силу заявить о себе, изменить мир, добиться успеха, и это отличает их от предыдущего, более мечтательного поколения.

Для поколения Z не характерна концентрация на чем-либо, она ниже на 25%, чем у предыдущего поколения. Они не любят возвращаться к вопросам по несколько раз, они принимают быстрые решения. Но, несмотря на скорость реакции, они улавливают максимум информации за короткий временной промежуток.

Появление центениалов вызвано цифровой революцией. Но перенес реальной общественной и социально жизни в виртуальный мир, приводит и к определенным трудностям. Так, О. Э. Башина выделила такие проблемы центениалов как «отсутствие концентрации и глубины проработки вопросов; минимальный горизонт планирования; установка на гедонизм; привычка отделения себя от общества, в том числе от государства и семьи, что приводит к большому желанию индивидуализма; боязнь «обычной» жизни без спонтанности, интенсивных переживаний и ярких впечатлений; сохранение пассивной позиции по отношению к собственному здоровью» [3].

Исследователь Н. Богачева сравнила утверждения о «поколении Z» с результатами эксперимента и выяснила, что преждевременно судить о специфичности поколений современных подростков, так как «Поколение Z», «iGen», «Digital Native» не могут быть терминами терминами академической науки. Наоборот, данная терминология характерна для обыденного знания или к области популярных знаний [3].

Автор выделила черты «поколения Z», которые приписывают ему теоретики и объяснила, в чем они противоречат эмпирическим данным. Прежде всего, данное поколение многозадачное и невнимательное. Подростки хуже справляются с решением одномоментных задач. По мнению автора, поколение центениалов с трудом могут сконцентрироваться на решении одной задачи.

Второй особенностью поколения «поколения Z», можно считать, по мнению автора, гедонизм, который ориентирует современное поколение на материальные ценности, склонность к простым удовольствиям. Еще одним

признаком «поколения Z» Н.Богачева считает депрессивность и тревожность. Это связано с тем, что молодые люди проводят большое количество времени в сети Интернет или используют цифровые технологии, что ведет к психическим расстройствам, увеличивают беспокойство и способствуют развитию депрессивных симптомов.

Появление социальных сетей приводит к тому, что современные дети проводят все больше времени в виртуальном мире, без личного яркого общения со сверстниками, что приводит к ощущению одиночества. Согласно исследованию 2010 года, более половины российских подростков заявили, что они «чувствуют себя более общительными в социальных сетях, чем в реальной жизни»

Особенно интересной характеристикой для «поколения Z» является их ярко выраженная информационная грамотность. Большая часть ученых склоняются к версии, что «поколение Z» лучше владеет и знает об информационных технологиях.

Считается, что способность централистов мыслить критически в эпоху правления цифровых технологий страдает от снижения объема чтения. Однако, по крайней мере, в опросах подростки поколения Z не проявляют чрезмерной зависимости от информации, которую они получают из различных источников [3].

Главное, что центениалы не становятся хуже или лучше, как взрослые, они приспособляются к новым условиям жизни, используют новые возможности, отказываются от старого образа жизни. Поскольку данные исследований остаются противоречивыми, конкретные мифы поколений приносят больше вреда, чем пользы. Поэтому недавние исследования в Соединенных Штатах показывают, что «мифы» о «поколении Y», независимо от их реальных профессиональных качеств, отразились на отношении работодателей и коллег к ним, создавая эффект «обратного эйджизма» или дискриминация молодых специалистов.

И все же основной характеристикой этого поколения является его включенность в интернет-среду, которая и формирует особое отношение к жизни, к миру, к себе. Для таких людей характерна направленность и движение к своей цели. Поколение центениалов так же, как и предшествующие ему поколения, имеет свои ценности и нормы. Именно это поколение дало мощный толчок в развитии цифрового общества.

### **Список литературы:**

1. Россия сегодня. Поколение Y: кто идет на смену трудоголикам? [Электронный ресурс]: Интернет-проект ИноСМИ.RU. – Режим доступа: <https://inosmi.ru/world/20130611/209925956.html>
2. Дрянных, Н.В. Соотношение научного и технического типов

рациональности/ Н.В. Дрянных // Человек в техносреде: конвергентные технологии, глобальные сети, Интернет вещей. Сборник научных статей. Выпуск 1. / Под ред. доц. Н.А. Ястреб. – Вологда: ВоГУ, 2014. – С. 47 -52

3.Башина, О.Э. Государство и гражданское общество: политика, экономика, право / О.Э. Башина, Е.С. Васютина, Л.В. Матраева // Трансформация экономической и трудовой модели поведения современной молодежи в условиях становления цифрового общества. – 2018. – № 7. – С. 138 – 139

4. Богачева, Н.В. Мифы о "поколении Z" / Н.В. Богачева, Е.В. Сивак // Современная аналитика образования. – 2019. – № 1. – С. 64-65.

УДК378.147

## **КОМИЧЕСКОЕ И ЕГО РОЛЬ В ОБЩЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ**

*Кушнер Диана Сергеевна, студент-бакалавр  
Пивоварчик Сергей Аркадьевич, д.и.н., доцент  
ГрГУ им. Я. Купалы, г. Гродно*

**Аннотация:** В данной статье описывается история возникновения и развития юмора, дается определение данным понятиям, а также приводится его роль в развитии общества.

**Ключевые слова:** юмор, смех, сатира, народ, критика.

С давних пор самые различные исследователи занимались вопросами юмора и комического, которые тем или иным образом охватывают многие области жизнедеятельности индивида. Именно по этой причине античные философы писали трактаты, а позднее специалисты в области психологии начали исследовать воздействие юмора на самооценку, комплексы человека, его бессознательное. Собственно, что из себя представляет смех? Согласно М.М. Бахтину, смех — это всегда форма отрицания, и комическое всегда направлено на осмеяние и искоренение пороков [1, с. 2]. Будучи солидарным с ним, В.Я. Пропп считал основной причиной смеха отклонение от нормы: «Ничто прекрасное никогда не может быть смешным, смешно отступление от него. У человека есть некоторый инстинкт должного, того, что он считает нормой» [2, с. 156]. В таком случае, рассуждая о том, что же является нормой и внутренней правдой для человека, давать понятие смеху можно бесконечно, по той простой причине, что каждый из нас воспринимает мир исключительно через свою призму, и для каждого человека существует свое понятие нормы и красоты, над которыми насмешки недопустимы. Но что если речь идет об общепринятом смехе, о чем-то, что без сомнений может подвергаться



насмешкам? В подобном случае мы даем своего рода комическую оценку, расставляя в своих личных приоритетах рамки и границы, измеряя объект насмешки категориями: хорошо или плохо. Подобную точку зрения разделял и Ю. Боров, говоря, что «Смех – всегда метит шельму. И когда человек откажется от таких традиционных мер кары и наказания, как тюрьмы и исправительные колонии, в распоряжении людей останется самое грозное и гуманное средство общественного воздействия – смех» [3, с.18]. Но в современном мире подобное понимание смеха может показаться слишком узконаправленным и наделенным изначально специализированной семантикой, ведь согласно М.М. Бахтину, смех можно разделить на сатиру и юмор [1, с. 3]. Юмор – это что-то вызывающее добродушную улыбку, когда речь идет о некоторых явлениях из жизни человека. Такой смех не подразумевает ничего негативного. Однако сатира – это злобный и обличительный смех, базирующийся на явлениях социальной жизни, в которой человек выступает как составляющая часть общества. Сатира ориентирована на выявление пороков социума, который при помощи собственных оценок в категориях «хорошо / плохо», создает того или иного индивида, для которого принятое всеми понимание того, что есть норма и красота не является истиной. Человек подобного типа подвергается насмешкам и обличению, однако смех в пространстве медиа должен действовать шире. Такой смех должен охватывать не только человека, которого общество считает неправильным, но и политические механизмы, которые способствуют созданию подобных людей. Итак, мы подошли к моменту, когда нам необходимо ввести термин «общественно-политическое вещание». Согласно статье Ю.И. Долговой, общественно-политическое вещание – это зависимый от политической конъюнктуры сегмент вещания, в который входят передачи, освещающие деятельность различных субъектов политической системы: исполнительной и законодательной ветвей власти, партийных и общественных организаций, и обеспечивающие коммуникацию между ними, способствуя прогрессивному и стабильному развитию общества посредством реализации приоритетных функций [4, с. 10]. Разумная и достойная себя сатира жизненно необходима для создания своеобразного фильтра, у которого есть возможность очищать общественно-политическую жизнь, выставляя напоказ все те механизмы, которые вносят изменения в понимание у людей понятия нравственности. Такие механизмы запросто могут манипулировать сознанием народа, и более того они способны превратить любую общепринятую красоту в объект ненависти и злобы. Сатира в данном случае будет весьма уместна, так как она способна создать так называемый эффект *comicrelief* (комическое расслабление), которое в различных ситуациях дает возможность взглянуть на происходящее под другим углом, позволяет снять все маски и разрушить все барьеры, установленные политической сферой. Если обращаться все к той же Долговой, то сатира в общественно-политическом пространстве медиа несет в

себе одновременно функции критика, контроллера и помощника, который служит общественным интересам. Именно отсюда и вытекают понятия инфотейнмента и политейнмента [4, с. 7]. Инфотейнмент—это что-то среднее между стендап-комедией и информационной составляющей журналистской деятельности. Политейнмент совмещает в себе уже упомянутый нами жанр стендап-комедии, а также политологию и аналитическую форму журналистики. Другими словами, сатира в пространстве медиа разделилась еще на две составляющие, которые отличаются друг от друга, а основным фактором их разграничения является все тот же эффект «комического расслабления». Дело в том, что посредством инфотейнмента, зритель получает лишь расслабление, ощущение того, что с ним были солидарны, высмеяв ту или иную новость. Однако посредством политейнмента зритель не получает расслабление, он получает пищу для рассуждения, своеобразное оружие критического характера, которое будет использовано им при первой же попытке его обмануть. Основным представителем направления инфотейнмента в медиасфере выступает формат *latenightshow*, который собрал в себе все признаки инфотейнмента, и является самым подходящим вариантом для представления подобного рода новостей, где применение сатиры именно в таком виде будет максимально уместно. Для воплощения инфотейнмента принцип свободы слова является необходимым условием. Под свободой слова подразумевается наличие возможности сказать что-либо на свободную тему или пошутить. В таком контексте качественный инфотейнмент и правовое государство справедливо признать синонимами, так как сатира в общественно-политическом вещании представляет собой в первую очередь критика и контроллера, которые действуют на пользу страны. Делая вывод из вышесказанного, мы можем смело заявить, что сатира в современном мире со всеми его спорными геополитическими отношениями и пороками информационного общества будет гораздо более уместна и актуальна, нежели привычный нами юмор. Сатира является основой такого направления, как инфотейнмент. Цель сатиры заключается в установлении того самого общего понятия красоты и нормы, посредством общего осмеяния.

#### **Список литературы:**

1. Бахтин, М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса / М.М. Бахтин. – М.: Наука, 1990. – 114 с.
2. Пропп, В.Я. Проблемы комизма и смеха. Собрание трудов В.Я. Проппа. – М.: Лабиринт, 1999. – 288 с.
3. Боров, Ю., Комическое. / Ю. Боров. – М.: «Искусство», 1970.–180 с.
4. Долгова, Ю.И. Специфика и сущность понятия «общественнополитическое телевидение»/ Ю. И. Долгова // Медиаскоп, 2016.– № 14. – С.7–13.

## КРЕДО И КОММУНИКАЦИЯ

*Милевич Наталья Юрьевна, студент-бакалавр  
Нуретдинова Антонина Дмитриевна, старший преподаватель  
ГрГУ им. Я. Купалы, г. Гродно*

**Аннотация:** В данной статье дается определение понятию «кредо», выделяют факторы, влияющие на данное понятие, а также приводится взаимосвязь кредо и массовой коммуникации.

**Ключевые слова:** кредо, мировоззрение, установка, массовая коммуникация, личность.

Кредо как мировоззрение в самом общем определении – это целостная система взглядов человека на мир в целом и взаимосвязь его отдельных компонентов; процесс рационального познания и эмоционального переживания человеком своего места в мире, его возможностей и мировоззрений, смысла его деятельности и исторической судьбы. Мировоззрение есть продукт и результат духовной деятельности человека.

Жизненное кредо можно выработать. Девизом может стать интересная цитата или народная мудрость. Если понравившаяся фраза забылась, то это не кредо для человека, а всего лишь афоризм с красивым звучанием и глубоким смыслом, не имеющий ничего общего с жизнью самого человека. Значит, эта фраза не стала частью его души, его путеводной звездой.

На самом деле эта фундаментальная установка не берется извне, а формируется под влиянием множества различных факторов [1]:

- генетические аспекты, которые изначально присущи человеку (темперамент, реакция на раздражители и т.п.);
- социальные факторы (принятые в обществе нормы поведения, табу, ограничения).
- окружающие люди (в первую очередь семья), которые оказывают особое влияние на внушаемых индивидов.
- личностные особенности: кредо формируется в индивидуальном процессе ответа на следующие вопросы: 1) каким я хочу быть? (самовоспитание), 2) что я хочу делать? (достижения и вклады), 3) каковы мои принципы и ценности? (основа действий, поступков и жизни в целом).

Человек формирует свое жизненное кредо под влиянием многих факторов, не всегда осознавая их воздействие.

Кредо – это твердая вера человека, ставшая его внутренней позицией, которая определяет, как он будет вести себя в этом мире, и реализовывать себя как личность.

На основе сформированного кредо человек строит свою жизнь, устанавливает порядок правил, которых он придерживается. Так создается внутренний мир, который приносит личную гармонию и помогает выжить в обществе. Кредо человека всегда влияет на ход его судьбы, потому что определяет его жизненный выбор и поступки.

Важную роль в формировании мировоззрения играют средства массовой коммуникации, воздействующие на человека с самого рождения. Сознание и мировоззрение людей зависят от правдивости источника, предоставляющего человеку информацию.

На нас влияет и массовая коммуникация – массовый процесс производства информации, ее передачи через прессу, радио, телевидение и общение людей как членов «массы», которые осуществляются с помощью технических средств [2]. Массовая коммуникация является важной составляющей частью современного общества и влияет на человека с самого рождения. Эстетическое, нравственное и художественное содержание передаваемой потребителю информации особенно важно, так как она имеет важное значение для духовного, нравственного, эстетического, художественного и, прежде всего, психологического формирования личности.

Массовая информация отражает социальные процессы и имеет своей целью управление обществом или его подсистемами через управление отдельными людьми. Обладая специфическими способностями влияния, средства массовой информации влияют на общественное мнение и личное мировоззрение и благодаря своей универсальности и включенности способны формировать облик каждого нового поколения [3, с. 96].

Следует также отметить, что каждый человек в любом общении выступает как языковая личность, которая принадлежит к определенному языковому (лингвокультурному) сообществу [4]. В языковой личности сочетаются философские, социологические и психологические взгляды на социально значимую совокупность физических и духовных свойств человека, которые проявляются в процессе его общения с другими индивидуумами.

Одним из структурных уровней языковой личности является когнитивный уровень [5, с. 37], который представляется через обобщенные понятия, крупные концепты, которые находят выражение в генерализованных высказываниях, дефинициях, афоризмах, пословицах, из которых каждая языковая личность выбирает те, которые и отражают ее жизненное кредо. Языковая личность начинается именно на этом уровне, потому что на этом уровне возможен индивидуальный выбор, личное предпочтение. Этот уровень предполагает отражение языковой модели мира индивида, его тезауруса, его культуры.

Таким образом, формулировка личного кредо играет важную роль в жизни человека, которое формируется под влиянием многих взаимосвязанных

факторов.

### Список литературы:

1. Что такое кредо [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ktonanovenkogo.ru/voprosy-i-otvety/kredo-chto-eh-to-takoe.html>. – Дата доступа: 30.11.2019.

2. Влияние массовой коммуникации на формирование мировоззрения личности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.analiculturolog.ru/journal/archive/item/695-effect-of-mass-communication-influenced-outlook-personality.html>. – Дата доступа: 30.11.2019.

3. Киямова, Л.У. Влияние СМИ на развитие мировоззрения молодежи [Текст] / Л.У. Киямова // Актуальные проблемы филологии: материалы Междунар. науч. конф. (г. Пермь, октябрь 2012 г.). – Пермь: Меркурий, 2012. – С. 96–97.

4. Гудков, Д.Б. Межкультурная коммуникация. Лекционный курс для студентов РКИ / Д.Б. Гудков. – М.: Изд-во МГУ, 2000. – С.14.

5. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Изд. 7-е / Ю.Н. Караулов. – М.: Издательство ЛКИ, 2010. – 264 с.

УДК 796,035:378,663

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФИТНЕС-ПРОГРАММ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ФИЗИЧЕСКОМУ ВОСПИТАНИЮ В НЕПРОФИЛЬНОМ ВУЗЕ

*Михайлова Мария Викторовна студент-бакалавр  
Калинина Татьяна Владимировна ст. преподаватель  
ФГБОУ ВО Великолукская ГСХА, г. Великие Луки*

**Аннотация:** на современном этапе развития общества стремительно растет значимость физической культуры, её гуманистической и гармонизирующей роли в укреплении здоровья человека. В системе высшего сельскохозяйственного образования стоит задача поиска новых более совершенных форм занятий физическими упражнениями, привлекательных в сфере студенческой молодежи. В связи с этим возникает необходимость дифференцированного применения комплексов упражнений фитнес-программ различной координационной сложности в учебном процессе по физическому воспитанию в ВУЗе, повышению мотивации обучающихся к занятиям.

**Ключевые слова:** физическая культура, фитбол-аэробика, оздоровительная система Пилатес, танцевальная аэробики, физическое

состояние, непрофильный ВУЗ, фитнес-тренировка, фитнес-индустрия, фитнес-программы, здоровый образ жизни.

Формирование здорового стиля жизни современного человека в последние годы определяется особым вниманием и изучением особенностей оздоровительных систем, основанных на неразрывной связи тела и сознания (В.М. Розин, 2000; Э.Т. Хоули, 2000). Особенно заметно проявление интереса обучающихся к занятиям различными видами двигательной активности для отдыха, восстановления сил и обеспечения хорошей спортивной формы и состояния здоровья.

По данным анкетного опроса обучающихся Великолукской ГСХА, из всех видов двигательной активности предпочтение в основном отдается занятиям аэробикой и тренажерному залу (61,6%).

На сегодняшний день насчитывается более 30 видов различных видов аэробики. К ним относятся такие виды аэробики, как:

1. Фитбол-аэробика (аэробика на мяче). Эти занятия способствуют улучшению межмышечной регуляции, вырабатывают чувство равновесия и проработке отдельных мышечных групп, которые дают уникальную возможность воздействовать на мышцы спины и позвоночника. Фитбол-аэробика укрепляет мышцы верхних конечностей в положении разгрузки, что благотворно влияет на суставы, увеличивая их подвижность, эластичность и гибкость, улучшает работу лёгких, увеличивает глубину дыхания, обеспечивает активную деятельность мышц спины, плеч, поясницы, грудной клетки, шеи, живота, рук и ног. Уникальная возможность проведения аэробной части урока в положении сидя позволяет существенно расширить контингент занимающихся [1].

2. Аэробика с элементами боевых видов спорта (Тае-Во, Ки-Во, А-бокс). Скоростно-силовые способности проявляются при выполнении быстрых движений уступающего или преодолевающего характера, в которых проявляются и достаточно высокая скорость движения, и большая сила. Оздоровительный эффект занятий связан с повышением аэробных возможностей организма, уровнем общей выносливости и физической работоспособности.

3. Виды танцевальной аэробики. В её основе лежат различные танцевальные направления, соответствующие определённому стилю танца. Занятия проводятся в режиме средней или высокой интенсивности. Специфические танцевальные движения способствуют развитию пластичности и координационных способностей. В зависимости от уровня подготовленности обучающихся можно выбрать наиболее подходящее танцевальное направление занятия: для начинающих, для обучающихся среднего уровня физической подготовки и для занимающихся с высоким уровнем физического состояния.

4.Оздоровительная система Пилатес. Комплекс упражнений для всего тела, который развивает гибкость и подвижность, силу определённых групп мышц-стабилизаторов, выполняющих роль своеобразного корсета, фиксирующего нормальное положение тела (осанки, внутренних органов). Занятие состоит из плавных неспешных движений, чем-то напоминающих танцевальные па и направленных на растяжения, укрепления мускулов и достижения согласованной работы всех частей тела [1], [2].

Разнообразие и постоянное обновление программ для развития таких физических качеств, как сила, выносливость, гибкость, координация движений позволяют фитнес-тренировке удерживать высокий рейтинг среди других видов оздоровительной физической культуры.

Проанализированные нами программы за последние 10 лет развития фитнес-индустрии были переработаны и включены в занятия по физической культуре в рамках элективного курса по физической культуре и спорту в Великолукской ГСХА. Проведено тестирование учебных и тренировочных нагрузок, выявлена общая работоспособность, уровень развития физических качеств. Основным акцентом в инновационном подходе в занятиях сделан на стойкую мотивацию к физическим упражнениям, динамике развития физических возможностей, формированию осознанного отношения к своему здоровью. Основными критериями стали: ЧСС, АД, время восстановления мышц рук, сила мышц живота, вес тела, гибкость, определение процентного содержания жировой массы.

Анализ физического состояния обучающихся ВГСХА определил уровень физической подготовки, как: высокий, средний, низкий. На этом фоне были предложены следующие программы для занятий: подготовительная программа – рассчитана для начинающих и малотренированных (что соответствует низкому уровню физической готовности); основная программа – обучающиеся ВУЗа регулярно посещающие занятия (средний уровень физической подготовки); профессиональная программа – рассчитана для занимающихся с высоким уровнем физического подготовленности.

Используя на занятиях различные программы фитнес-программы были получены следующие результаты: улучшение координации движений; укрепление мышц, увеличение мышечной силы; улучшение подвижности суставов; увеличение физической и психической выносливости; повышение интереса к занятиям по физической культуре.

Каждая из программ решала свои определенные задачи: восстановление, тренировка «проблемных» зон. При составлении комплексов учитывались также анатомические особенности занимающихся. Внедряя каждую из фитнес-программ в учебные занятия, нами получена индивидуализация тренировки для каждого занимающегося, которая поможет выйти от первоначального уровня физической подготовки на более высокий уровень физического состояния [2].

Опыт проведения практических оздоровительных занятий фитнес-программ с обучающимися, анализ литературных источников, а также проведенное нами анкетирование, убедило в грамотном использовании учебного материала и подходу к занятиям такого рода, стойкой мотивации физическими упражнениями, формированию осознанного отношения к своему здоровью. Построение занятий данных программ по фитнес-аэробике соответствует общепринятой структуре и предполагает применение упражнений на воспитание физических качеств и совершенствование физических кондиций.

### Список литературы:

3. Стрелецкая Ю.В. Программно-целевая технология аэробного класса на протяжении учебного года в рамках элективных занятий по физической культуре в сельскохозяйственном вузе/ Ю.В. Стрелецкая, Т.В.Калинина // Материалы Всероссийской научно-методической конференции с международным участием, посвященной 100-летию высшего аграрного образования в Ивановской области. - Иваново, 2018. - С. 1281-1286

4. Технология аэробного класса с позиции программно-целевого подхода к построению учебного года в рамках элективных занятий по физической культуры и спорту в сельскохозяйственном вузе/ Ю.В. Стрелецкая // Известия Великолукской государственной сельскохозяйственной академии. – 2019. - №1. - С. 49-56.

УДК 159.9.01

## ЮНГИАНСКОЕ ТОЛКОВАНИЕ СНОВИДЕНИЙ

*Некрасова Дарья Алексеевна, студент-бакалавр  
Ковров Эдуард Леонидович, к.ф.н., доцент  
ФГБОУ ВО Вологодская ГМХА, Вологда-Молочное*

**Аннотация:** В статье проанализирована теория сновидений Карла Густава Юнга с точки зрения толкования сновидений и познания своего психологического состояния.

**Ключевые слова:** психология, толкование сновидений, архетипы, социальная среда, бессознательное, сознательное, коллективное бессознательное.

Сон – это то, без чего невозможна человеческая жизнедеятельность. Однако, в современной психологии не существует единого подхода к объяснению сна: до сих пор не даны ответы на вопросы о его физиологии и



функциях. Самое простое объяснение необходимости сна для человека – отдых. Однако отдыхают только некоторые внутренние органы и мускулатура, а мозг продолжает работать в полную силу. Большой загадкой является фаза быстрого сна, которые напоминают состояние мозга при бодрствовании. Именно в этой фазе человек видит сны - образы, которые человек воспринимает как реальность. Эти образы могут быть как обыденными, так и удивительными, волшебными. Как прекрасными и спокойными, так и по – настоящему устрашающими. События сновидений далеки от действительности, абсурдны и не понятны человеку. Порой, даже после пробуждения они могут не давать нам покоя. Сны имеют над людьми удивительную власть: они побуждают нас к действиям и позволяют осознать свое душевное состояние

Многие психологи считают, что сон - зашифрованные в загадочных образах потаенные сомнения, страхи, страсти, проблемы и желания? Разгадать тайны сновидений пытались многие ученые, в том числе Карл Густав Юнг - швейцарский психиатр и педагог, основоположник аналитической психологии. Он считал сновидение средством наладить связь между сознанием и подсознанием и обрести душевное равновесие. Именно труды Юнга, я возьму за основу, чтобы прояснить для себя вопрос: Что же такое сны на самом деле?

Большинство людей уделяет мало внимания анализу своих сновидений, но расшифровка смысла снов - верный путь к тому, чтобы себя понять себя.

Гипотеза данной работы состоит в том, что содержание снов зависит, в первую очередь, от переживаний человека. Предметом исследования является сновидения в их связи с душевными переживаниями. Целью - прояснение связи между переживанием и сновидением и выработка умения его толкования. Для достижения данной цели необходимо ознакомиться с литературой по данной теме К.Г. Юнга и провести опрос среди студентов академии: «Ваше отношение к снам».

В анкетировании приняли участие 23 студента Вологодской государственной молочнохозяйственной академии от 18 до 25 лет. В результате анализа полученных данных, было выявлено, что: 7(30,4%) опрошенных считают, что сон – отдых; 5(21,7%) предсказывают с их помощью будущее; 4(17,3%) верят в то, сон - осуществление желаний; 4 (17,3%) считают, что сны не значат ничего, а 2(8,6%) опрошенных, что в состоянии сна мозг обрабатывает накопленную за день информацию. И только один человек ответил, что сны позволяют разобраться в собственном психологическом состоянии. Можно сделать вывод, что большинство людей не используют возможность анализа сновидений для познания своего психологического состояния.

К.Г. Юнг утверждал, что сновидения раскрывают содержание душевной жизни. Образы снов способны выражать не пережитые, не осознанные чувства и психологические трудности. Но для понимания снов необходим их анализ, а

в этом поможет их архетипическая символика. Архетипы – это структурные элементы коллективного бессознательного. Они побуждают людей воспринимать, переживать и реагировать на события определенным образом. Архетипы нельзя понимать буквально. Они выступают как набор образов, символов и сюжетов, являясь являющихся общими для всех носителей культуры. Архетипы является тенденцией к образованию представлений мотива, — представлении, которые могут значительно колебаться в деталях, не теряя при этом своей базовой схемы. Часто архетипы всплывают во снах из-за нерешенных проблем и гнетущих страхов.

Среди множества архетипов Юнг особенно подчеркивал значение пяти архетипических фигур. *Эго*- центр сознания, знак личности. Благодаря этому архетипу человек осознает сам себя. *Персона* – маска, связанная с социальным осознанием, совокупность ролей человека. Позволяет человеку существовать в обществе. В понимании Юнга, персона стремится производить впечатление на других или утаивать от других свою истинную сущность. *Анима и Анимус*. – женское в мужском и мужское в женском. Представляет собой образ отношений человека с противоположным полом. *Тень* - качества, которые человек не принимает и не признает в себе. Во снах предстает в образе чего – либо устрашающего. *Самость* – недостижимый абсолют. Образ связан с Божественным аспектом. Представляет собой слияние всех аспектов души, создающих единство, гармонию и целостность.

Зная архетипы, будет проще растолковывать скрытый смысл снов. Точность толкования сновидения зависит прежде всего от того, насколько полно и детализировано передано его содержание. Сновидение лучше записывать сразу же после пробуждения, так как в этом случае сознание сохранит больше деталей и подробностей сна. Следует фиксировать каждую деталь, цвет, места нахождения сновидца, также общее эмоциональное состояние при пробуждении и все сильные чувства, которые присутствовали непосредственно в сновидении. Анализ сновидения можно начинать с индивидуальных ассоциаций сновидца по поводу образов и символов (наитии). Юнг предполагал, что сознание не влияет на образы в сновидении. Но мои личные наблюдения говорят об обратном: сознание принимает активное участие в конструировании сна. Погруженное в сон сознание, наполненное переживаниями по поводу волнующих человека событий, создает «каркас» будущего сновидения, а бессознательное наполняет его деталями, зашифрованными в образах. Например, страшные чудовища – страхи и опасности. Сладости – неисполненные желания, которые человек стремится распробовать, но в реальности, увы, не может этого сделать. Проще говоря, конкретный образ из сновидения раскрывается всеми возможными аналогиями из личной жизни сновидца.

Предельно упрощая описание метода толкования сновидений, можно

сказать, что нужно, во-первых, разбить сон на сюжетные и образные единицы, значимые для толкователя. Во-вторых, связать их сетью ассоциаций, которые возникли при последовательном рассмотрении выделенных смысловых единиц. В-третьих, попытаться понять, как полученная картина обусловлена жизненной ситуацией в которой пребывает сновидец. Такой порядок позволит выявить смысл сновидения и создаст условия для объединения сознательного и бессознательного в человеке. Благодаря практике толкования снов, человек сможет лучше разобраться в своих переживаниях и избежать угрожающих опасностей.

#### **Список литературы:**

1. Калина И.Ф., Тимощук И.Г. Основы юнгианского анализа сновидений. «Ваклер», "Рефл-бук". М., 1997
2. Юнг. К.Г. Анализ Сновидений. Семинары (осень 1928 г. — лето 1929 г.). Клуб «Касталия». М., 2014
3. Юнг К.Г. Архетип и символ. Ренессанс. М., 1991

УДК 159.9.01

### **ВОЛЯ И ДЕЙСТВИЕ: ДВА ПОДХОДА К ОДНОЙ ПРОБЛЕМЕ**

*Петухова Мария Владимировна, студент- бакалавр  
Ковров Эдуард Леонидович, к.ф.н., доцент  
ФГБОУ ВО Вологодская ГМХА, Вологда-Молочное*

**Аннотация:** В статье предпринята попытка предложить решение проблемы конфликта в сфере волевого действия

**Ключевые слова:** воля, действие, долг, желание, решение.

Проблема воли - способности человека осуществлять желания и достигать поставленные цели [6. С 164] была и остается одной из самых важных философских и психологических проблем. На обыденном уровне все кажется достаточно понятным: люди с легкостью рассуждают о слабой и сильной воле, говорят о необходимости ее воспитания. Если же спросить себя, что же такое воля и какое место она занимает в структуре человеческой души (или психики), становится понятно, что вопрос далеко не прост. Современная психологии до сих пор не пришла к единой точке зрения на природу этого феномена. Многие психологи данную проблему игнорируют, многие отрицают волю, как самостоятельную способность. Но данный вопрос имеет важное практическое значение: в зависимости от того как мы его решим зависит наше отношение к себе и другим людям, стратегия и тактика воспитания и

самовоспитания. Данная работа появилась из потребности разобраться в этом вопросе, прояснить его, как минимум, для себя и, как максимум, для других.

Если исходить из классического взгляда на внутренний мир человека, уместно вспомнить слова Владимира Сергеевича Соловьева: «Природа человека как такового представляет три основные формы бытия: чувство, мышление, деятельную волю» [4. С 146]. Чувство характеризует природу человека с точки зрения субъективного отношения к действительности. Мышление – с точки зрения отражения объективных отношений этой действительности. Воля же опосредует чувство и мышление в действии, которое предполагает осознанную цель и предварительно принятое решение, то есть именно в произвольном действии.

Но не все цели коррелируют с нашими желаниями. Бывает, что человек буквально разрывается между требованиями разума и своими чувствами. Отсюда две конкурирующие точки зрения на волю в истории философии – аффективная и интеллектуальная. В первом случае воля рассматривалась как завершение эмоционального процесса. Во втором как следование долгу. В любом случае проявления воли связаны с действием, и потому предполагает два этапа. Первый – внутренний: осознание цели путем создания ее образа и принятие решения совершить необходимое действие с учетом всех обстоятельств. Второй – осуществление намеченного действия и преодоление трудностей, которые встали на пути к поставленной цели.

В отечественной психологии господствуют две точки зрения, которые связанные с вышеозначенной философской традицией и тем обстоятельством, что действие предполагает два этапа.

Первая представлена психологами, которые акцентируют свое внимание на осуществлении действия. Как писал яркий представитель этого подхода Алексей Николаевич Леонтьев: «Выбор и принятие решения просто не обязательные моменты, характеризующие волю» [2. С 96] Или: «Я отказался от разыскания в отношении очень сложных форм, таких как внутренние акты, внутренние поступки, воздержание от действия и т.д. и решил возвратиться к обыкновенному внешнему действию». При таком подходе, воля подчиняется цели, которая задана человеку извне, когда он подчиняется долгу, а сила воли проявляется в преодолении барьеров, которые препятствуют осуществлению этой цели.

Иначе трактует воля оппонентом Леонтьева – выдающимся психологом Дмитрий Николаевич Узнадзе. Он считал, что так как волевой акт является его направлен на будущее, главное – не выполнение действия, а стадия подготовки к нему. «Нет оснований считать, что специфика волевого поведения заключается в трудности его выполнения. Наоборот, там, где возникает непреодолимая трудность выполнения действия, говорить о воле не приходится» [5. С 128]. Трудность выполнения не является специфической

характеристикой волевого акта, она характерна также для непроизвольного действия. Воля всегда переживается как активность я, поэтому центр тяжести ложится на осознание необходимости действия, создание образа цели и, главное, принятие необходимого решения.

Было бы интересно узнать какой подход к воле является преобладающим в среде современной молодежи. На вопрос: «Что вы понимаете под «волей»?» ответило 73 студента Молочной академии. Только 7% опрошенных (5 чел.) считают, что воля связана с выбором и принятием решения. 5% связывают волю с осуществлением своих желаний. Это означает, что у подавляющего большинства опрошенных доминирует «деятельностный» подход к воле. Повторим, что при таком подходе, воля подчиняется цели, которая задается индивиду извне, а момент осмысления этих целей и личных желаний деятеля, отступают на второй план. Но момент рефлексии – необходимое условие осмысленного действия, так как «самопонимание рефлексивно предполагает приобретенную сознанием способность сосредоточиться на самом себе и овладеть самим собой как предметом, обладающим своей специфической устойчивостью и своим специфическим значением» [3. С 316].

Понятно, что деятельностный подход имеют достаточные основания для своего существования, но тот факт, что человек готов преодолевать всевозможные трудности на пути движения к поставленной цели не отменяет того факта, что сама цель может быть иллюзорной и даже вредной для того, кто движется к этой цели без ее предварительного обдумывания.

Обдумывание должно заключаться в том, что, преодолевая путь по достижению цели человек должен ориентироваться не только на самой цели, но и на своих моральных нормах, принципах, идеалах и ценностях. Благодаря чему он сможет достигнуть баланса между чувствами и мышлением. В другом случае, думая лишь о цели и дав основной приоритет лишь ей, человек может начать разбирать своего невидимо, внутреннего врага и воевать с самим собой. Но давайте задумаемся, начавши войну с самим собой, можно ли выйти из этой войны победителем? Ведь самый главный человек, с которым мы должны быть в согласии, на протяжении всей жизни, это мы сами. Не надо бороться с собой. Не стоит устраивать поле битвы на территории собственной души и тела. Нужно относиться к себе бережно и выступать своим союзником, так мы добьемся гораздо большего в достижении своей цели. Без победителей и побежденных.

Большая часть опрошенных -34% (25 чел.) связывают волю с необходимостью победы над своими желаниями, но только один из них ставит вопрос о нравственной основе этой победы.

На наш взгляд, оба подхода имеют права на существование, но они должны дополнять друг друга. Отметим, что только один респондент связал в волевом акте оба момента действия. Только такой волевой акт можно

рассматривать не как механический или иллюзорный (не случайно отрицание воли как самостоятельной человеческой способности у многих современных психологов), но как «характеристику на уровне целостной личности человека» [1. С 15]

### Список литературы:

1. Гиппенрейтер Ю.Б. О природе человеческой воли // Психологический журнал, 2005, том 26, №3
2. Леонтьев А.Н. Воля // Вестник московского университета Серия 14. Психология – 1993 № 2
3. Симонян Э.Г., Ивашкин И.Ф. Рефлексия как рациональная реакция в анализе культурной травмы // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 3.
4. Соловьев В. С. Философские начала цельного знания // Соловьев В. С. Сочинения в двух томах. Т.2 М 1990
5. Узнадзе Д.Н. Общая психология С-П, 2004
6. Черных П.Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка. 1. М. 1994

УДК 338.484.2

## СПЕЦИФИКА МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ INSTAGRAM

*Сенько Анастасия Олеговна, студент-бакалавр  
Адамович Светлана Васильевна, к.ф.н  
ГрГУ им. Я. Купалы, г. Гродно*

**Аннотация:** В текущей статье дается определение понятиям «интернет», «переключение кода», «интернет-сообщения», описывается роль данных понятий в современном обществе. Огромная роль в статье отводится приложению Instagram и приводятся статистические данные использования данного приложения во всем мире.

**Ключевые слова:** интернет, переключение кодов, интернет-коммуникация, приложение, лайкать.

Переключение языкового кода встречается в социальных сетях, с помощью интернета и таких сетей территориально удаленные люди получили доступ к общению друг с другом. С наступлением эпохи глобализации происходит расширение потоков сообщения между нациями, культурами, экономиками и народами. Скорость, темпы и масштабы языковых контактов увеличиваются с огромной скоростью [1, с. 513].

А.С. Рыжкова утверждает, что «интернет—это принципиально новая

среда, в которой общение происходит опосредованно, с помощью соответствующих программных команд и операций. Средством общения в виртуальном пространстве является язык, однако его использование здесь происходит в соответствии со специальными нормами и правилами. С каждым днем виртуальное пространство все больше расширяет свои границы и выполняет функцию распространения языков и развития языкового разнообразия в мире» [2, с. 269].

Как отмечает М. Хеллер, «переключение кода – форма лингвистической практики, при которой индивиды используют свои лингвистические ресурсы для достижения определенной цели, а с этим связано получение доступа к производству, распространению и потреблению символических и материальных ресурсов, то есть власти» [3, с. 108–118].

При изучении мобильного приложения «Instagram» нам удалось выявить, что переключение, смешение кодов встречается очень часто, так как интернет позволяет общаться людям из разных уголков мира. Замечены случаи, когда переключение кодов происходит в нескольких частях предложения.

Д. Кристал отмечает, «интернет-сообщения имеют двойственную природу, так как, с одной стороны, общение в Интернете протекает в письменной форме, с другой – содержит черты разговорной речи» [4, с. 272]. М. Карденас-Кларос утверждает, «при этом если синхронное общение тяготеет к устной речи, то асинхронная беседа предполагает продуманность отправляемого сообщения и в большей степени может быть соотнесена с письменной речью» [5, с. 67–80]. В любой форме интернет-коммуникации присутствуют черты и устного, и письменного общения.

Переключение кодов в интернет-коммуникации не редкость, их можно встретить в рамках личной переписки, на информационных сайтах, в блогах, социальных сетях. На сегодняшний день люди способны воспринимать информацию сразу на нескольких языках. Появление интернета изменило не только образ жизни человека, но и восприятие им реальности. В настоящее время существует множество приложений для общения в рамках интернета, одно из самых популярных мобильных приложений «Instagram».

«Instagram» – это в первую очередь социальная сеть, в которой насчитывается уже 1 миллиард активных пользователей. С другой стороны, «Instagram» – это интуитивно понятный и простейший в использовании фоторедактор для мобильных устройств. Данное приложение позволяет делиться с другими людьми своими фото, видео, мнением, событиями, которые происходят в жизни. «Instagram» позволяет найти новые знакомства, наладить общение между людьми из разных точек мира. Фотографии или видео, которые выкладывают на свои страницы могут просматривать, лайкать, сохранять и комментировать все пользователи этой уникальной социальной сети. Приложение «Instagram», имеет огромную популярность среди молодежи, так

как очень прост в своем использовании, а также удобен не только для редактирования фото, но и для общения, в нем есть письменные сообщения, аудиосообщения (голосовые сообщения) и видео сообщения, также можно создавать групповой чат, где могут общаться сразу несколько человек.

«Instagram» полностью оставляет за пользователем авторские права на весь контент, который тот добавляет в сеть. Следует также отметить, что приложение «Instagram» доступен на любом языке, но больше задействован английский язык. В приложении все больше распространяется реклама, многие пользователи зарабатывают, выкладывая товары и рекламируя их на своих страницах, реклама может подаваться на нескольких языках, также популярные среди общества пользователи приложения «Instagram» подают информацию своим подписчикам на нескольких языках для увеличения охвата целевой аудитории. Ниже в таблице 1 представлено использование мобильного приложения «Instagram» в мире.

Таблица 1 – Использование мобильного приложения «Instagram» в мире

№ п/п	Страны	Число активных пользователей в месяц, в млн.
1	США	120 млн.
2	Индия	75 млн.
3	Бразилия	69 млн.
4	Индонезия	62 млн.
5	Турция	38 млн.
6	Россия	37 млн.
7	Япония	27 млн.
8	Великобритания	24 млн.
9	Мексика	22 млн.
10	Германия	20 млн.

Источник: [5].

Проанализировав данную таблицу, можно сделать вывод, что США и Индия занимают лидирующие места по подписчикам в «Instagram», Россия, Великобритания и Япония уступают в этом соотношении, также данная таблица показывает насколько пользователи этого мобильного приложения разнородные.

Таким образом, можно сделать вывод, что интернет – это среда, в которой могут общаться люди с помощью специальных программ и приложений, и одно из таких приложений – «Instagram». Данное приложение доступно на любом языке, но больше задействован английский язык. «Instagram» позволяет общаться людям с помощью письменных сообщений, также он очень прост в использовании. Данное приложение популярно во всем мире, оно помогает найти новые знакомства, наладить общение и просто поделиться событиями из своей жизни. Так как приложение «Instagram» используют во всем мире, можно сделать вывод, что переключение кодов в рамках «Instagram» довольно частое явление, которое встречается в переписке, в комментариях и постах.



### Список литературы:

1. Bhatia, T.K. & W. C. Ritchie. Bilingualism in Media and Advertising / T.K. Bhatia // The Handbook of Bilingualism / T.K. Bhatia and W.C. Ritchie (eds.). – Blackwell Publishing Ltd, 2004. – P. 513–546.
2. Проблемы современной интренет-коммуникации: переключение языкового кода: сб. ст. по матер. XI междунар. науч.–практ. конф. Часть II. В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии / Новосибирск: СибАК; под ред. Рыжкова А.С. – Новосибирск, 2012. – 269 с.
3. Heller, M. Negotiations of language choice in Montreal / M. Heller // Language and Social Identity / J. Gumperz. – Cambridge: Cambridge University Press, 1982. – P. 108–118.
4. Crystal, D. Language and the Internet / D. Crystal. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – 272 p.
5. Cárdenas-Claros, M.S. Code-switching and code mixing in Internet chatting: between “yes”, “ya” and “si” (a case study) / M.S. Cárdenas-Claros // Jaltcalljournal. – 2009. – P. 67–80.

УДК 316.647.8

### ЭТНИЧЕСКИЕ АВТО- И ГЕТЕРОСТЕРЕОТИПЫ И ИХ ОСОБЕННОСТИ

*Синашенко Марина Валерьевна, студент-бакалавр*

*Середа Людмила Михайловна, к.ф.н., доцент*

*ГрГУ им. Я. Купалы, г. Гродно*

**Аннотация:** В данной статье дается определение понятиям «автостереотипы» и «гетеростереотипы», описываются их сходства и различия, а также их особенности.

**Ключевые слова:** этнический стереотип, автостереотип, гетеростереотип, этнос, общество.

Одной из характерных черт современного общества является усиление кросскультурного взаимодействия, осуществляемого через процессы ассимиляции, интеграции и другие механизмы. При этом межэтническое восприятие людьми друг друга является одним из ключевых условий понимания и взаимодействия представителей различных культур. Этнические стереотипы являются важной составляющей межэтнического восприятия. Образы типичных представителей той или иной нации в стереотипной форме присутствуют в этническом сознании каждого народа. С точки зрения А.А.

Бодалева этнические стереотипы определяются как упрощенные, схематизированные, эмоционально окрашенные и чрезвычайно устойчивые образы каких-либо этнических групп или общностей, легко переносимые на всех представителей этих групп. Национальный стереотип, обозначая целиком этническую или национальную группу, предполагает наличие определенной черты у всех ее представителей [1, с. 10].

Далее обратимся к определению авто- и гетеростереотипов. Так, под автостереотипами понимаются «мнения, суждения, оценки, относимые к данной этнической общности ее представителями» [2, с. 10]. В большинстве случаев автостереотипы являются эмоционально окрашенными, устойчивыми образами, которые сложились у народа о себе же. Этнические автостереотипы чаще всего включают в себя большое количество положительных оценок о действительных или воображаемых специфических чертах собственной этнической группы [3, с. 87].

Примечательно, что автостереотипы, как и стереотипы вообще, могут негативно сказываться на восприятии нации в целом в результате формирования ошибочных знаний людей о себе и других, что может привести к серьезной деформации межнациональных и межличностных отношений. Кроме этого, необходимо принимать во внимание, что этнические автостереотипы содержат в себе не только ложные односторонние положительные оценки собственного этноса, но и определенные существующие в действительности этнические свойства, равно как и самокритичный взгляд. У различных народов соотношение позитивного и негативного в самооценке бывает разным. Можно утверждать, что у крупных по численности народов критический элемент в оценке собственного «имиджа» проявляется чаще, чем у малочисленных народов [4, с. 15–16]. Автостереотипы являются образами собственной этнической группы для других, именно поэтому туда относятся, главным образом, признаки «культурно одобряемые», в то время как гетеростереотип служит зоной для отрицательных качеств, нежелательных в собственной культуре и поэтому отчуждаемых.

Говоря о гетеростереотипах, отметим, что под данным понятием рассматривается «совокупность оценочных суждений о других народах» [5, с. 88]. Гетеростереотипы могут быть как положительными, так и отрицательными в зависимости от исторического опыта взаимодействия данных народов. Число различных гетеростереотипов в структуре этнического стереотипа зависит как от истории межэтнических отношений, так и от особенностей непосредственной этноконтактной среды.

Гетеростереотип является образом другой этнической группы. Он построен в соответствии с ожиданиями, связанными с данной группой. Также гетеростереотип представляет собой способ демонстрации своего отношения к другому народу, именно поэтому оценочные суждения могут содержать в себе

упреки либо похвалу.

Автостереотип и гетеростереотип не являются автономными единицами, а находятся в структурной взаимосвязи посредством компонентов единого целостного образования личностного или группового самосознания. Различия между автостереотипом и гетеростереотипом отражают уровень взаимопонимания между народами и степень их психологической тождественности. Гетеростереотипы по содержанию более гомогенны и монолитны, в то время как автостереотипы представляются в большей степени разнообразными и комплексными. Данная разница определяется дефицитом информации в первом случае и детализированным знанием во втором. Кроме этого, автостереотипы более неоднородны в том смысле, что почти всегда несут в себе относительно самостоятельные внутриэтнические прообразы, которые являются результатом истории и имеют свои объективные основания. В гетеростереотипах суждения более поверхностны [6, с. 41].

Если групповые автостереотипы в большинстве случаев позитивны, то гетеростереотипы имеют гораздо более широкий эмоциональный диапазон. Если отношение к собственной группе, как правило, колеблется в рамках приязни, то отношение к другим этническим группам может варьировать от почитания до ненависти. Что касается автостереотипов, то в этом случае речь идет о не критическом, традиционном восприятии поведения, характера, культуры своего народа. Подобная неточная, преувеличенная, приукрашенная, сугубо позитивная самооценка составляет основу этноцентризма, а нередко и шовинизма. В результате создается возвышенный образ собственного народа как средство средоточия разного рода добродетелей, которые якобы отсутствуют у других этносов. Основываясь на таком представлении, можно противопоставить «свой» этнос как исключительно добропорядочный, гуманный по отношению к другим, «не нашим» народам, отличающимся противоположными чертами и свойствами. Эти автостереотипные взгляды в отношении других обычно порождают межнациональную рознь, неприязнь, вражду [7, с. 27].

Таким образом, авто- и гетеростереотипы дают отчетливое представление о том, как нация воспринимает себя, а также как та или иная нация воспринимается другими народами.

#### **Список литературы:**

1. Бодалев, А.А. Познание человека человеком. / А.А. Бодалев, Н.В. Васина. – СПб.: Речь, 2015. – 218 с.
2. Лебедева, Н.М. Введение в этническую кросскультурную психологию. / Н.В. Лебедева. – М.: Изд-во Ключ, 2014. – 318 с.
3. Платонов, Ю.П. Основы этнической психологии: учебное пособие. / Ю.П. Платонов. – СПб, 2013. – 214 с.

4. Harding, J. Prejudice and ethnic relations. Handbook of Social Psychology. / J. Harding, B. Kunter, H. Prohansky. – N.Y.: Addison-Wesley, 2016. – 215 p.
5. Hamilton, D. Stereotypes. In R. S., Handbook of social cognition. / D. Hamilton, J. Sherman. – N.J.: Erlbaum, 2016. – 325 p.
6. Hofstede, G. Culture's Consequences. International Differences in Work-Related Values. / G. Hofstede. – Beverly Hills: Sage, 2015. – 280 p.
7. Jost, J.T. The role of stereotyping in system-justification and the production of false consciousness / J.T. Jost, M. R. Banaji // Br. J. Soc. Psychol. – L., 2014. – P. 26–36.

УДК 316.354

## **ПРИНЦИПЫ И ЭТИЧЕСКИЕ НОРМЫ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОЦЕССА. РОЛЬ КОММУНИКАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ**

*Стасюк Анастасия Игоревна, студент-бакалавр  
Гулевич Елена Витальевна, к.ф.н., доцент  
ГрГУ им. Я. Купалы, г. Гродно*

**Аннотация:** В данной статье приводится роль коммуникации в формировании корпоративной культуры организации, дается понятие этической коммуникации, описываются принципы этической коммуникации.

**Ключевые слова:** коммуникация, этическая коммуникация, корпоративная культура, этика, внутренняя коммуникация.

По словам П. Кардона «доминирующей этикой в деловом пространстве является этика прозрачности» [0, с. 9]. Прозрачность – это «принцип, который позволяет тем, кого затрагивают административные решения, коммерческие транзакции либо благотворительная деятельность знать не только основные факты, но и процессы и механизмы» [2], лежащие в их основе. Этическая коммуникация – это фундаментальный элемент успеха компании. Коммуникация жизненно важна в любых отношениях, но особенно тогда, когда сотрудники полагаются на свое руководство для предоставления им четкой и последовательной информации. Люди быстро усваивают разницу между прописанными и настоящими ценностями и инстинктивно чувствуют, когда организация ежедневно претворяет в жизнь свои ценности и вознаграждает людей, которые отражают организационные ценности. Этическая коммуникация должна быть главным приоритетом для руководителей компаний при обращении ко всем заинтересованным сторонам – будь то коллеги, сотрудники, клиенты или инвесторы [3].

Этическая коммуникация имеет основополагающее значение для принятия взвешенных решений и ответственного мышления. Речь идет о возвращении отношений и создании сообществ внутри и через границы контекстов и культур. Этическое общение – это также принятие ответственности за сообщения, которые вы передаете другим, и за краткосрочные или долгосрочные последствия вашего общения. Если вы разговариваете с близким другом или обращаетесь к сотрудникам на совещании, ваше сообщение должно основываться на этических принципах и соответствовать вашей системе ценностей.

Кроме того, этическая коммуникация может распространять требования на среду или даже язык, который вы выбираете для передачи своего сообщения. Использование среды, ограничивающей аудиторию, или передача сообщения на языке, который ваша аудитория не полностью понимает, ограничивает то, как ваше сообщение принимается и воспринимается. Например, если вы говорите с аудиторией, состоящей в основном из слабослышащих сотрудников, этическое общение требует наличия переводчика языка жестов.

Этическая коммуникация имеет несколько принципов или основ. Честная и точная передача сообщений, основанных на фактах, занимает центральное место в этической коммуникации. Этическая коммуникация позволяет получить доступ к ресурсам и фактам, которые помогли сформулировать сообщение. Например, если компания предоставляет информацию об эффективности акций, то она сделать доступным годовые отчеты, отчеты комиссии по ценным бумагам и биржам или отчеты акционеров.

Таким образом, для создания сообщения, которое будет ясно понято аудиторией, рекомендуется использовать правило семи принципов делового общения: четкость, лаконичность, объективность, последовательность, полнота, релевантность и понимание аудитории.

По словам С. Лим «корпоративная культура относится к убеждениям и поведению, которые определяют, как сотрудники компании и руководство взаимодействуют и управляют внешними деловыми операциями. Часто корпоративная культура подразумевается, а не прямо определена и органично развивается с течением времени из совокупных черт людей, которых нанимает компания» [0].

Внутренняя коммуникация организации является одним из проводников миссии организации. Она служит для мотивации сотрудников, сплочения коллектива, установления атмосферы доверия и профессионализма. Коммуникация является средством передачи от основателя и менеджмента ценностей организации сотрудникам, в том числе, для формирования корпоративной культуры. Хорошо налаженная система коммуникаций способствует развитию командного духа, удовлетворённостью сотрудников организацией и повышению продуктивности.

Коммуникация в организации должна быть таковой, чтобы способствовать появлению «открытого, прозрачного, взаимосвязанного и взаимозависимого пространства» [0, с.8]. Д. Поттрак объясняет это так: «интернет снабдил реальной властью людей по всему миру. Он расширил возможности для миллионов людей, чтобы делать то, что их окрыляет. И лояльность к организациям, которые этого не заслуживают, будет чрезвычайно низка. Для создания лояльности в такой среде, новые лидеры должны понимать, как создавать притягательную коммуникативную культуру. Он или она должны доносить смысл и достоверность в каждом слове и действии. Корпоративная культура, репутация и коммуникация являются краеугольными камнями лидерства сегодня» [3, с. 55].

### Список литературы

1. Cardon, P. Communication: Developing Leaders for a Networked World - 2nd Edition. – McGrawHill, 2014. – 430 с.
- 2 What is Transparency? [Electronic resource]. Mode of access: [https://www.transparency.org/whoweare/organisation/faqs\\_on\\_corruption](https://www.transparency.org/whoweare/organisation/faqs_on_corruption) - Date of access: 20.03.2019.
3. Mayhew, R. What Are Key Principles of Ethical Communication? -2018. [Electronic resource] – Mode of access: <https://bizfluent.com/info-8406730-key-principles-ethical-communication.html>. –Date of access: 20.03.2019.
4. Lim, S. Corporate Culture: What Is Corporate Culture? – 2019. [Electronic resource].–Mode of access: <https://www.investopedia.com/terms/c/corporate-culture.asp>. –Date of access: 20.03.2019.

УДК 803.0

## О СТИЛИСТИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИКАХ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

*Странковская Анастасия Валерьевна, студент-бакалавр  
Середа Людмила Михайловна, к.ф.н., доцент  
ГрГУ им. Я. Купалы, г. Гродно*

**Аннотация:** В данной статье описывается значение стилистических средств для политического дискурса, а также приводится подробная характеристика стилистических средств, используемых в политическом дискурсе.

**Ключевые слова:** дискурс, языковые средства, политика, язык, предложения.

Правильное и уместное применение языковых средств представляет собой ключевой фактор, позволяющий достичь поставленных целей в любой коммуникации. Если же речь идет о профессиональных политических лидерах, то в их выступлениях стилистические средства являются основополагающим элементом, обуславливающим успех в получении поддержки аудитории, политической власти, победы в публичных и парламентских дебатах, важных переговорах или просто в донесении своей идеи до граждан и т.д.

Согласно утверждениям Е.К. Павловой, «к специфическим особенностям политического дискурса относится его прагматическая направленность на формирование и управление общественным мнением, на манипулирование оценкой массовой аудитории в том или ином вопросе, а также на получение нужного эмоционального отклика от адресата» [1, с. 10].

Связь между языком и политикой является очевидной. Данная связь сводится, в первую очередь, к тому, что «никакой политический режим не может функционировать без коммуникации» [2, с. 18]. Кроме этого, язык необходим политическим лидерам для информирования, разъяснения, выдвижения требований, проведения законодательных актов, убеждения и т.д. Спецификой политики, в отличие от ряда других сфер человеческой деятельности, является преимущественно дискурсивный характер, а большинство политических действий по своей природе являются речевыми действиями [2, с. 19].

Обратим внимание, что речь политика – это своего рода механизм, который способен управлять обществом. Реализацией политической речи является политический дискурс, задача которого информировать и воздействовать на аудиторию на социально-психологическом уровне. В процессе публичных выступлений, которые заранее очень хорошо продумываются, политики любой страны мира используют различные лингвистические и стилистические средства для достижения своей цели. В большинстве случаев, политические речи произносятся для оказания целенаправленного идеологического воздействия, формирования у реципиентов того или иного отношения к определенным реалиям политической жизни. При помощи политической риторики политик может, как наладить дружеские отношения между странами, так и вызвать конфликты между государствами или внутри страны.

Далее рассмотрим синтаксико-стилистические особенности политического дискурса. Важной особенностью политического дискурса является то, что политики часто пытаются завуалировать свои цели, используя номинализацию, эллипсис, метафоризацию, особую интонацию и другие приемы воздействия на сознание электората и оппонентов [3, с. 149].

Широкое разнообразие синтаксических средств оформления также

обладает манипулятивным потенциалом в политическом дискурсе, для которого характерным является использование таких синтаксических конструкций, как:

- восклицательных предложений (особенно для таких жанров, как выступление на митинге, лозунг);
- инверсии, позволяющей выделить в предложении главное;
- различных риторических приемов, например, таких как риторический вопрос, синтаксический параллелизм [3, с. 149].

Отметим, что в политических выступлениях повторы и параллельные конструкции применяются достаточно часто, что обусловлено тем эмоциональным воздействием, которое такие конструкции оказывают посредством логического выделения именно того компонента высказывания, к которому политик хочет привлечь внимание аудитории.

Следующим синтактико-стилистический приемом в речи политиков, который мы рассмотрим, является парцелляция. Отметим, что парцелляция больше свойственна устной спонтанной речи, однако политические лидеры часто применяют данный прием в своих выступлениях. Парцелляция представляет собой разделение одного сложного предложения на несколько простых [4, с. 35].

Риторический вопрос также весьма часто используется в политических речах. Цель такого вопроса – обострить внимание аудитории, усилить впечатление, увеличить восприимчивость реципиентов [5, с. 39].

Весьма распространенным стилистическим приемом в выступлениях политиков является антитеза, под которой понимается антонимия понятий или суждений [5, с. 87].

Далее представим лексико-стилистические средства выразительности. Так, одним из самых распространённых является метафора, которая придает выразительность любому политическому дискурсу, делая его более образным, ярким и наглядным. Метафора представляет собой слово или выражение, используемое в переносном значении. В основе метафоры лежит сравнение неназванного предмета или явления с каким-либо другим на основании их общего признака [6, с. 7].

Также политики часто используют эпитеты, при помощи которых чаще всего дают положительную оценку собственных действий и отрицательную оценку действий оппонентов. Кроме этого, гипербола или преувеличение и литота или преуменьшение также являются средствами выразительности в политическом дискурсе.

Каламбур также можно отнести к лексическим средствам выразительности. Под каламбуром понимается игра слов, основанная на использовании сходно звучащих, но различных по значению слов или разных значений одного слова. Каламбур в политическом дискурсе способствует



узнаваемости и запоминаемости речи политика, поскольку происходит обращение к чувству юмора адресата.

Далее отметим, что политики часто обращаются к приему сравнения в своих речах, что позволяет им объяснить одно через другое, а также для достижения оригинальности в звучании. Кроме этого, может использоваться ирония, под которой понимается троп со скрытым истинным смыслом либо смысл может противоречить или противопоставляться очевидному смыслу. Сарказм или насмешка, которая может открываться позитивным суждением, но в целом всегда содержит негативную окраску и указывает на недостаток человека, предмета или явления, также может встречаться в политическом дискурсе [6, с. 8–9].

Таким образом, в политическом дискурсе существует большое количество стилистических средств выразительности, при помощи которых политические лидеры осуществляют манипулирование сознанием реципиентов.

#### **Список литературы:**

1. Павлова, Е.К. Политический дискурс в глобальном коммуникативном пространстве (на материале английских и русских текстов): автореф. дис. ... д-ра филол. наук: спец. 10.02.20 / Е.К. Павлова. – М., 2015. – 25 с.

2. Шахбагова, Д.А. Об одном опыте анализа риторической организации текста на материале ораторской речи в американском варианте английского языка / Д.А. Шахбагова, О.П. Крюкова // Сборник научных трудов МГПИИЯ. – М., 2012. – 152 с.

3. Попова, Е.А. Культурно-языковые характеристики политического дискурса (на материале газ.интервью): Дис. ... канд. филол. наук / Е.А. Попова. – Волгоград, 2015. – 250 с.

4. Кожевникова, К. О смысловом строении спонтанной устной речи / К.О. Кожевникова // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 15. – М., 2012. – 517 с.

5. Винокур, Т.Г. Стилистическое развитие современной русской разговорной речи / Т.Г. Винокур // Развитие функциональных стилей современного русского языка. – М., 2014. – 120 с.

6. Баронова, Т.И. Лингвостилистические особенности французского политического дискурса (на материале инаугурационных речей Николя Саркози и Франсуа Олланда) / Т.И. Баронова // Международный студенческий научный вестник. – М., 2016. – № 5. – 15 с.

УДК 378.04.25

### **О ВЗАИМОДЕЙСТВИИ БЕЛАРУСИ И КИТАЯ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

*Таврель Диана Валерьевна, студент-бакалавр  
Адамович Светлана Васильевна, к.ф.н  
ГрГУ им. Я. Купалы, г. Гродно*

**Аннотация:** В данной статье подробно описываются направления взаимодействия между Беларусью и Китаем в сфере образования.

**Ключевые слова:** сотрудничество, проект, программа, дистанционное обучение, образование.

Обмен знаниями и опытом между Китаем и Беларусью в социокультурной жизни народа охватывает разные сферы человеческой деятельности, среди которых особо важное место занимает образование. Международное сотрудничество в сфере образования, а именно формирование двустороннего и многостороннего сотрудничества, влияет не только на его развитие и качество, но также служит системообразующим фактором в реализации и укреплении прочных и взаимовыгодных социально-экономических отношений. Как следствие, возрастает роль современной системы образования как основной единицы измерения состояния общества в развитии человеческого капитала [1].

Образовательная система Республики Беларусь находится в режиме постоянного развития и совершенствования, в первую очередь, конечно, благодаря четко выстроенной государственной политике, которая направлена на тщательное формирование новой, эффективной модели образования. Сотрудничество Беларуси с Китаем есть один из немаловажных факторов, который активно способствует обновлению образовательных стандартов. Выявление проблем, перспектив и ключевых характеристик взаимодействия в области образования между КНР и Беларусью – необходимый элемент исследования для дальнейшего успешного научно-информационного и научно-методического развития.

Сотрудничество между КНР и Республикой Беларусь в сфере образования было обусловлено становлением соответствующей договорно-правовой базы. Основопологающим документом стало межправительственное соглашение о культурном сотрудничестве, подписанное в Пекине 25 ноября 1992 года. Им предусматривались «содействие развитию и повышению эффективности прямого взаимодействия между вузами обеих стран, взаимное предоставление стипендий, обмен учеными». Именно его реализация привела к постепенному развитию и активизации двусторонних связей.

Сотрудничество между двумя странами в сфере образования развивается динамично по различным направлениям: в русле взаимообмена студентами, преподавателями и научно-педагогическими кадрами, в сфере подготовки научных кадров через аспирантуру, докторантуру, в проведении различных

совместных образовательных проектов и программ. И Китай, и Беларусь выстраивали эти отношения, не пытаясь подсмотреть стратегию у кого-либо, а руководствуясь исключительно собственными национальными интересами. Абсолютно оправданно руководители наших стран называют белорусско-китайские отношения идеальными с точки зрения международных отношений и мирохозяйственных связей [2].

Обеспечение успешного социально-экономического развития любого государства в 21 веке невозможно представить и уж тем более осуществить без опережающего развития национальных систем образования и университетского образования в особенности. На данном этапе развития белорусско-китайских отношений эта задача в одинаковой мере актуальна как для Беларуси, так и для Китая. Как известно, на развитие национального образования и в Беларуси, и в Китае обращается огромное внимание. Вполне оправданным является использование опыта друг друга, причем не только в сфере высшего, но и в сферах дошкольного, школьного, профессионального образования.

Например, в последнее время в Беларуси стала активно развиваться система дистанционного обучения. Абитуриенты проявляют к ней всё больший интерес. Дистанционное обучение сейчас действительно необходимо. В условиях глобализации современного мира дистанционное обучение стало предпочтительнее, чем заочная форма обучения. Человечество все активнее использует все информационные ресурсы и электронные технологии, поэтому такой спрос и предложение на образование в сети. На онлайн-платформах создается все больше учебных программ от разнообразных курсов до полноценного изучения выбранной специальности. В Китае дистанционное обучение является довольно популярным [3].

Например, XuetangX – ведущая в Китае и одна из крупнейших в мире платформ дистанционного образования. Её основала и запустила в 2013 году компания MOOC-CN Education при поддержке Китайского министерства изучения образования и университета Циньхуа. Платформа создана для разработки и проведения MOOK – массовых открытых онлайн-курсов без ограничения числа участников. Такие курсы позволяют студентам из разных стран интерактивно изучать материал и взаимодействовать с преподавателями в режиме реального времени. На сегодняшний день XuetangX входит в пятёрку крупнейших MOOK-разработчиков мира. Платформа объединяет образовательные ресурсы лучших мировых учебных заведений, предоставляя доступ к их знаниям, сертификатам, дипломам и степеням. Компания сотрудничает с такой всемирной организацией, как Международный центр инженерного образования (МЦИО) при ЮНЕСКО, и разрабатывает смешанные учебные программы для 18 миллионов обучающихся из 200 стран.

Ключевые преимущества дистанционного образования – удобная и гибкая форма обучения, экономия времени, уменьшение расходов (не требуется

платить за проживание в общежитии или квартире) и, что самое существенное, мобильность (возможность получать образование из любой точки мира). После зачисления студент загружает необходимые для онлайн-обучения программы, получает логин и пароль и может начинать пользоваться личным кабинетом, где не только обновляется учебный материал, но и осуществляется проверка домашнего задания, консультация, возможность просмотра личного рейтинга и многое другое [4].

Опыт Китая в развитии дистанционного образования представляется довольно интересным.

Университеты Беларуси очень заинтересованы в расширении сотрудничества с образовательными учреждениями Китая, так как спрос на выпускников со знанием китайского языка растет, вследствие чего всё больше студентов хотят его изучать [5]. Например, в Гродненском государственном университете имени Янки Купалы китайский язык как второй иностранный с 2007 года изучают студенты специальности 1-23 02 01 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций». В 2018 году начата подготовка специалистов на данной специальности с китайским языком как первым иностранным. О популярности данного направления свидетельствует высокий конкурс на бюджетную форму получения высшего образования: в 2018 году он составил 4,3 человека на место, в 2019 – 5,5. Довольно высокими были и проходные баллы как на бюджетную, так и на платную форму обучения: в 2019 году – 356 баллов на бюджетную и 254 на платную, в 2019 – 335 и 304 балла соответственно.

Студенты специальности «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций», изучающие китайский язык, проходят стажировки в университетах Китая, во время которых могут повысить свой уровень владения китайским языком, а также познакомиться с культурой страны.

Сотрудничество в сфере образования между Беларусью и Китаем способствует усилению международной академической и профессиональной мобильности студентов, преподавателей и учёных двух стран. Такое сотрудничество протекает в русле единой стратегии становления нового мирового мышления, развивающегося в рамках современной образовательной модели глобального масштаба.

#### **Список литературы:**

1. Развитие сотрудничества Беларуси и Китая в сфере образования [Электронный ресурс] / Белорусский государственный педагогический университет им. М. Танка. – Минск, 2017. – Режим доступа: [https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/39441/Razvitie\\_sotrudnich](https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/39441/Razvitie_sotrudnich). – Дата доступа: 06.02.2020.

2. Китайско-Белорусское сотрудничество в области образования (1992–

2018гг.) [Электронный ресурс] / Белорусский государственный университет. – Минск, 2018. – Режим доступа: [http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/214488/1/sun\\_inzse\\_Actual\\_probl\\_IR\\_V6.pdf](http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/214488/1/sun_inzse_Actual_probl_IR_V6.pdf). – Дата доступа: 06.02.2020.

3. Как китайская платформа дистанционного образования вывела обучение студентов на новый уровень. [Электронный ресурс] / Наука и жизнь. – Москва, 2019. – Режим доступа: <https://www.nkj.ru/prtnews/36936/>. – Дата доступа: 06.02.2020.

4. Дистанционное образование в Китае [Электронный ресурс] / Объединение ведущих вузов Китая. – Минск, 2019. – Режим доступа: [https://chinacampus.ru/blog\\_articles/distancinnoe-obuchenie-v-kitae](https://chinacampus.ru/blog_articles/distancinnoe-obuchenie-v-kitae). – Дата доступа: 06.02.2020.

5. Сотрудничество университетов Беларуси и Китая – необходимый компонент успешного развития двусторонних отношений [Электронный ресурс] / Республиканский институт китаеведения имени Конфуция Белорусского государственного университета. – Минск, 2016. – Режим доступа: <https://rci.bsu.by/science-ru/science-activity-ru/275-scienceactiv-ru-1.html>. – Дата доступа: 05.02.2020.

УДК 008.001.5

## СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ПОДХОД В ИССЛЕДОВАНИИ КУЛЬТУРЫ

*Туркина А., Гайшун А., студентки-бакалавры  
Симомян Э.Г., канд. философских наук, доцент  
ФГБОУ ВО Вологодская ГМХА, г. Вологда-Молочное*

**Аннотация:** В данной статье делается попытка рассмотреть синергетический подход в качестве универсальной теории, которую можно применить как стратегию, позволяющую успешно анализировать поведение сложных систем в социогуманитарной сфере. Поддерживается идея данного подхода в рамках нового видения мира культуры, пребывающего в состоянии, характеризующемся как хаос и являющимся переходным от одного уровня упорядоченности к другому.

**Ключевые слова:** синергетическая парадигма, сложная система, культура, хаос, энтропия, антиэнтропийный фактор.

Синергетическая парадигма – это комплексное научное направление, вобравшее в себя достижения неравновесной термодинамики, теории управления, теории сложных систем и информации. Синергетика радикально изменила понимание отношений между порядком и хаосом, между энтропией и

информацией. Возникло новое видение мира культуры, представляющее состояние хаоса как переходное от одного уровня упорядоченности к другому.

Предпосылки возникновения синергетического подхода в исследовании культуры связано с именами немецкого физика Г. Хакена и лауреата Нобелевской премии, бельгийского физика И. Пригожина. В 1977 г. появилась книга Г. Хакена "Синергетика" — о теории самоорганизации в открытых системах и образовании структур из хаоса. И. Пригожин применил математические теории для описания динамических процессов в живом мире: стремление к порядку приводит к наименьшей напряженности системы, и в этом проявляется фундаментальный принцип жизни общества. Этот принцип аккумулируется именно в культуре, так как она и есть результат стремления человека к упорядочению жизни вокруг себя посредством ритуалов, обрядов, традиций и т. п., ритмически повторяющихся и структурирующих человеческую жизнь. Поэтому культура является самым эффективным антиэнтропийным фактором [1, с. 161].

В последние годы междисциплинарный потенциал синергетики начал реализовываться и в социально-гуманитарных областях знания. Психика, интеллект, культура изучаются как сверхсложные динамические системы и как антиэнтропийные факторы. В синергетических моделях культура и общество предстают как неравновесные системы особого типа. Культура как антиэнтропийный механизм, развиваясь, увеличивает энтропию в других системах и приводит к периодическим антропогенным кризисам. По гипотезе А. Назаретяна, растущий технологический потенциал делает социальную систему более независимой от внешних колебаний, но вместе с тем более чувствительной к внутренним колебаниям, то есть к состояниям массового и индивидуального сознания. Анализируя способность социума реагировать на внешние и внутренние колебания, можно вывести интегральную формулу социальной устойчивости [2, с. 112].

Нелинейность, бифуркационные механизмы развития и эволюционные катастрофы вытекают из глобальной противоречивости социоприродных и внутрисоциальных отношений.

Синергетическое видение позволяет не только объяснить многие феномены культуры как системы, но и предсказать ряд ее существенных свойств и направлений развития. Присущая человеку свобода выбора может значительно, в особенности, в точках бифуркации, менять траекторию движения социокультурной системы [4, с. 64 Багдасарян].

При этом проблема не в том, чтобы применять силу, энергию, а в том, чтобы, моделируя и предсказывая развитие культуры как сложной системы, максимально точно выбрать из спектра возможных путей развития аттракторные направления, то есть те, которые попадают в резонанс с эволюционной стратегией.

Синергетическая парадигма, возникшая в среде естествоиспытателей, исследующих законы природы, удивительно эффективна и в сфере исследования культуры, поскольку и здесь доминируют:

— многовариантность (какой бы срез культуры мы ни взяли, он всегда обнаружит культурный инвариант: элитарная культура сосуществует с массовой, традиция взаимодействует с инновацией, уникальные феномены — с универсальными ценностями и т. п.),

— нелинейность (цикличность, скачки, взрывы в рамках одной и той же культуры и в разных темпах культурной эволюции),

– необратимость ("стрела времени" или его направленность, "эффект бабочки", при котором незамеченные факторы могут вызывать резкие и необратимые изменения и т.п.). В этом контексте становится ясно, что призывы, например, к духовному возрождению не имеют под собой научной основы, выражая в лучшем случае эмоциональное отношение к переменам, а в худшем являясь политической спекуляцией.

Отсюда возникает задача – найти принципы коэволюции структур, расположенных на разных уровнях, или разнопорядковых (Человек — Природа — Вселенная). Например, активно разрабатываемый в последние годы принцип необходимого разнообразия в культуре. Структура культуры может быть образно представлена как состоящая из ядра и периферии (Ю.Лотман). Ядро — сравнительно жестко структурированная иерархия норм, ценностей, смыслов. И когда говорят о социализации и инкультурации, имеют в виду прежде всего освоение личностью именно ценностей ядра. Эта схема в культуре постмодернизма интерпретирована несколько иначе, а именно как "центр – периферия", с динамикой отношений которых связываются энтропийные процессы, влекущие за собой "размывание" ценностно-смыслового ядра культуры, нарушающего ее сбалансированность и эффективность системы социального регулирования. В 50 – 60-е гг. XX века антиинтеллектуалистские настроения заполняют все структуры общественного сознания, что позволяет ряду исследователей сравнивать этот период со штурмом Бастилии. Множество людей в открытой, публичной форме начинают отвергать науку и вообще рациональный стиль мышления, ценности потребительского общества, экономическую целесообразность как фактор построения общества [3, с. 32 Симонян]. Неизбежность деградации культурных систем, связанная с ограниченностью их творческого потенциала, отмечалась многими учеными (П. Сорокин, Н. Данилевский, О.Шпенглер и др.). Однако дело, скорее, не в творческом потенциале, а в жизнестойкости и адаптивности – способности приспособливаться к изменениям среды, обусловленной отдаленным скрещиванием. Тогда происходит не размывание ядра, а такая его трансформация в системе межкультурного взаимодействия, которая способствует как раз не деградации, а обогащению культуры. Этим свойством

обладают только те культурные системы, которые отличаются внутренним разнообразием. Отсюда понятно, как опасны для культуры и социальной жизни в целом так называемые "ревнители чистоты", о какой бы "чистоте" ни шла речь – классовой, расовой, национальной или конфессиональной.

То есть прогресс культуры, ее динамичность и "здоровье" прямо связаны с увеличением внутреннего разнообразия культурной системы.

Таким образом, синергетическая модель эволюции обнаруживает широкие перспективы применения в понимании, а, следовательно, и решении разного рода социокультурных проблем. Что касается образования, то трансляция знаний в синергетической парадигме – это взаимодействие педагога и ученика в открытом дискурсе, когда действует принцип не "думай, как я", а "давай подумаем вместе". Если речь идет о развитии творческого мышления, то оно представляет собой "самовырастание" целого из частей в результате самоусложнения этих частей.

#### Список литературы:

1. Курдюмов С. П., Князева Е. Н. Законы эволюции и самоорганизации сложных систем. М., 1994. С. 171
2. Назаретян А. П. Синергетическая модель антропогенных кризисов: к количественной верификации гипотезы техно-гуманитарного баланса // Синергетическая парадигма. Многообразие поисков и подходов. М., 2000. С. 462
3. Симонян Э. Г. Мировоззренческая оппозиция "сциентизм и антисциентизм" как признак современной культуры // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2007. № 6. С. 31-33
4. Культурология: Учеб. для студ. техн. вузов/ Багдасарьян, Н.Г. [и др.] – 4-е изд., испр. – М.: Высш. шк., 2002. – 511 с.

УДК 291.211

#### ТАБУ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

*Шило Ангелина Владимировна, студент-бакалавр*

*Гулевич Елена Витальевна, к.ф.н., доцент*

*ГрГУ им. Я. Купалы, г. Гродно*

**Аннотация:** В данной описываются табу и приметы различных профессий.

**Ключевые слова:** табу, примета, явления, конфликт, запрет.

Настоящее время характеризуется процессом глобализации. Наблюдается



расширение всевозможных отношений между государствами. Общество стремится сократить количество конфликтов, соответственно, распространяется концепт «толерантность». Толерантность по отношению к другим культурам предполагает использование эвфемизмов, заменяющих неуместные, неприемлемые слова и выражения, а также этнонимов, заменяющих название этнической принадлежности, которое может быть уничижительным для ее представителей. Так, например, вместо слова «негр» употребляется «чернокожий» или «афроамериканец» [1, с. 178].

Табу можно найти также в повседневных ситуациях, среди представителей определенной профессии, например, профессии актера, врача. Социальное окружение создает правила, которым необходимо следовать.

В настоящее время большая часть табу утратила сакральный, мистический характер и приобрела социальный. Люди стараются не нарушать запреты по этическим соображениям, понимая, что они являются частью общества. Так, К. Колкунова в своей статье о табу упоминает о профессиональных запретах и замечает, что они есть почти у всех представителей профессий, которые связаны с опасностью для жизни, такие запреты являются своего рода суевериями. Также К. Колкунова делает вывод о том, что «табу в их первобытном смысле, не дававшие людям выйти за рамки социального, никуда не делись, просто вместо племен у нас теперь субкультуры и информационные круги» [2].

Также следует провести параллель между табу и приметами. С древних времен наряду с табу существуют различные приметы. В них верили еще наши предки. Приметы и суеверия – важный элемент картины мира любой культуры. Они передавались из поколения в поколение на протяжении многих веков. Многие верят в приметы, иногда не замечая, какое сильное влияние они оказывают на человека. В качестве распространенного суеверия можем привести разбитое зеркало. Считается, что, если зеркало разобьется, дом на семь лет лишится счастья. Еще в древности люди верили в то, что отражение – это душа человека, а если отражение разобьется, следовательно, душа будет страдать.

Схожей чертой табу и примет является то, что они по-прежнему недостаточно исследованы. Тем не менее, представляют большое значение в культуре, «являются отражением миропонимания и мировоззрения народа» [Ошибка! Неизвестный аргумент ключа., с. 56].

Существует множество примет и табу в различных профессиях. Не все из них имеют объяснение, однако многие им следуют.

Пиротехники так же, как и летчики, не произносят слово «последний»; пожарные имеют ряд своих запретов, считается, что нельзя мыть сапоги перед боевым дежурством, нельзя мыть боевой автомобиль во время дежурства, нельзя друг другу говорить «не гореть», эту фразу обычно заменяют

пожеланием «сухих рукавов» [4].

Врачи также имеют свои профессиональные табу. Считается, что во время своей смены нельзя говорить «как-то спокойно сегодня», иначе случится происшествие, по той же причине нельзя желать «хорошего дежурства», нельзя меняться дежурствами; нельзя ронять медицинскую карточку пациента. Это может привести к обострению его болезни, нельзя поднимать упавший инструмент до окончания операции.

Среди врачей лечить своих родственников, близких людей – плохая примета. Считается, что непременно случится какая-нибудь неприятность, например, в больнице перепутают документы пациента.

В роддоме перед операцией также существуют свои особенные табу, нарушение которых обязательно приведет к проблемам: нельзя стричь и красить ногти; нельзя класть на стол соль и нож; нельзя смеяться; нельзя поднимать руки выше головы [5].

Решив пренебречь этими запретами, как считают в медицинских кругах, нужно ждать беды.

Артисты известны большим количеством разнообразных примет и табу. Одной из важных особенностей театра является отсутствие гримерки под номером «13». Назовем некоторые приметы в профессии артиста: считается, что музыкантам нельзя в день концерта вставать с кровати с левой ноги; не следует убирать кровать, особенно этому следуют оперные певцы и дирижеры; считается, что нельзя входить в гримерку с правой ноги, а выходить на сцену с левой. Если актер нарушит это правило, спектакль потерпит провал; нельзя вешать на дверь гримерки фотографии. Объясняют это тем, что фотографии забирают энергию; нельзя одалживать коллегам некоторые вещи, например, мыло.

Необходимо также отметить интересный факт, касающийся профессиональных пловцов: им нельзя фотографироваться перед стартом, так как сила может уйти к сопернику.

В профессии космонавта, как и в профессии летчика, пожарного и парашютиста, слово «последний» находится под запретом. Вместо него они используют слово «крайний». Также стараются избегать вещей черного цвета, а пишут только синими чернилами. Космонавты считают, что перед полетом нельзя возвращаться домой, даже в случаях, если космонавт забыл какую-либо вещь. Представители данной профессии полагают, что возвращение домой будет последним в их жизни – они больше никогда не вернутся обратно.

Цирковые артисты считают, что нельзя: сидеть спиной к манежу; говорить «в последний раз», иначе он на самом деле будет последним; проходить через центр манежа. Если артист это сделает, его номер потерпит провал; выходить на манеж в уличной обуви; класть афишу на диван или стул. Объяснение такому запрету следующее: афиша должна работать, а не отдыхать.

Таким образом, необходимо отметить, что запреты наблюдаются во многих профессиях, они частично имеют мистический характер, представители данных профессий верят, что нарушение таких запретов обязательно будет иметь неприятные и серьезные последствия. Культурные табу и приметы, запреты, которые присущи различным сферам жизни, в том числе, профессиональной сфере, имеют много общего. Табу и приметы – явления, которые уходят корнями в древность. Они имеют свое влияние и в настоящее время. Оба явления не всегда имеют объяснения, а также могут иметь связь с бессознательным или потусторонним.

### Список литературы:

1. Тульнова, М. А. Табу в контексте глобализации / М.А. Тульнова // Политическая лингвистика, 2010. – № 4 (34). – С. 176–181.
2. Смерть, коровы и инцест: откуда взялось понятие табу и почему оно оказалось таким живучим [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://theoryandpractice.ru/posts/17133-smert-korovy-i-intsest-otkuda-vzyalos-ponyatie-tabu-i-pochemu-ono-okazalos-takim-zhivuchim>. – Дата доступа: 11.10.2019.
3. Гилемшин, Ф.Ф. Семантико-прагматический статус народных примет / Ф.Ф. Гилемшин // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2010. – № 3–2. – С. 56–60.
4. Пожарные суеверия и приметы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://pikabu.ru/story/pozharnyie\\_primety\\_i\\_sueveriya\\_1800893](https://pikabu.ru/story/pozharnyie_primety_i_sueveriya_1800893). – Дата доступа: 15.10.2019.
5. Почему доктора суеверны: приметы врачей и их разъяснение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sueveriya.ru/archives/21792#i-3>. – Дата доступа: 16.10.2019.
6. Профессии и их суеверия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ribalych.ru/2013/01/23/professii-i-ix-sueveriya/>. – Дата доступа: 18.10.2019.

УДК 008

### СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ЦИКЛ: ПОНЯТИЕ И АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК В КОНТЕКСТЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДИНАМИКИ

*Юдина Арина Дмитриевна, студент-бакалавр  
Симонян Элеонора Гамлетовна, к.ф.н., доцент  
ФГБОУ ВО Вологодская ГМХА, г. Вологда-Молочное*

**Аннотация:** данная статья посвящена социокультурному циклу в контексте динамики культуры. Целью статьи является анализ

основополагающих моментов и элементов, ключевых характеристик, а также исторических предпосылок возникновения социокультурного цикла с опорой на социокультурный подход в качестве методологической базы. В рамках данного исследования мы, прежде всего, опираемся на труды А. Моля и П. Сорокина, а также обращаемся к работам Н.И. Лапина. В заключении дается определение понятию социокультурного цикла.

**Ключевые слова:** социокультурный цикл, социокультурная таблица, динамика цикла, социодинамическая система, скорость обращения, творчество, личность, культурное достояние.

Для начала обратимся к социокультурному методу для анализа социокультурного цикла. Так, сущность социокультурного подхода может характеризоваться как «...понимание общества как единства культуры и социальности, образуемых и преобразуемых деятельностью человека» [5, с.3]. Данный подход укладывается в парадигму синергетики и системного подхода, при помощи чего общество можно представить в качестве формализованной системы – «Системный подход, как междисциплинарное направление, позволяет рассматривать любые объекты и явления как абстрактные системы, идеальные объекты, позволяя эксплицировать существенные связи, свойства и отношения между элементами этих систем» [6 с.149]. Исходя из данной характеристики для рассмотрения элементов социокультурного цикла, мы считаем уместным взять за основу «триаду», предложенную основоположником социокультурного подхода П. Сорокиным. Его тезис гласит: «Личность, общество и культура как неразрывная триада». В рамках социокультурного взаимодействия, аспектами триады выступают 1) личность как субъект взаимодействия; 2) общество как совокупность взаимодействующих индивидов с его социокультурными отношениями и процессами и 3) культура как совокупность значений, ценностей и норм, которыми владеют взаимодействующие лица, и совокупность носителей, которые объективируют, социализируют и раскрывают эти значения. Ни один из членов этой неразделимой триады (личность, общество и культура) не может существовать без двух других [3, с. 218].

Можно с уверенностью утверждать, что неразрывность и динамика вышеназванных аспектов коррелирует с теорией социокультурного цикла А. Моля. Здесь также можно выделить личность, социальную среду, с которой соприкасается результат деятельности этой личности, а также совокупность элементов культурного достояния, представленных Модем в виде социокультурной таблицы, являющейся «резервуаром идей, фактов и событий, откуда черпают материал средства массовой коммуникации, орошающие социальное поле, или «микросреду» [4, с. 271].

Однако А. Моль предлагает понятие цикла, выделяя такие

характеристики, как замкнутость и обращение цикла, которым уделено особое внимание в данной статье. А. Моля рассматривает в качестве личности как субъекта творца, выделяющегося из общей массы. Творчеству А. Моля отводит немаловажную роль, определяя его в широком смысле как всё, «что обладает оригинальностью, неожиданностью». Таким образом, продуктами творчества могут являться художественные произведения, научные публикации, новый вид услуг, инновационные технологии, новая интерпретация исторических событий и фактов. Эти результаты творчества являются элементами культуры, которые «осаждаются» на «социокультурную таблицу» [1, с 83].

Исследуя творческую природу человека Э. Л. Ковров отмечает, что человек может «вместить» в себя мир и любой его фрагмент как духовное, то есть свободное, самоопределяющееся существо. Благодаря этой способности к трансцендированию, к самоосмысленному модели отношению реальности человек строит модели своей деятельности, приспособливает и изменяет реальность в соответствии с идеальными целями [1, с 63].

Анализируя теорию А. Моля, можно выделить основополагающие моменты процесса социокультурной динамики. С одной стороны, творец создает оригинальные идеи, отталкиваясь от других идей в сознании. Затем эти идеи, или результаты креативной деятельности, пройдя через «фильтры критического разума» попадают в так называемую «микросреду» [1, с.420].

С другой стороны, поскольку сам творец вовлечен в социальное поле, на формирование индивидуального поля его сознания неизбежно влияет внешняя среда, в том числе средства массовой информации. Исходя из этого, А. Моля делает вывод о замкнутости социокультурного цикла: новые идеи создаются на основе имеющихся, новые творения появляются на свет внутри существующей культурной системы в условиях непрерывного кумулятивного процесса [1, с. 540].

Разобравшись в главных моментах и выделив замкнутость как основную характеристику процесса, следует обратить внимание на проблему скорости обращения идей и сообщений внутри социокультурного цикла.

Начнем с того, что возникновение цикла обращения культуры А. Моля определяет, как одну из характеристик современной эпохи. Оно неразрывно связано с тотальным погружением в единую среду коммуникации, предпосылками которого, по Молю, послужило окончание географического освоение мира и создание средств массовой коммуникации. Отводя значительную роль в трансформации культуры средствам массовой коммуникации, Моля утверждает, что они «превращают культуру общества в основном в собрание разнообразных историй» [1, с. 83].

Отсюда вытекает тезис о мозаичности культуры, на образование которой помимо прочего влияет «сочетание случайных событий в процессе развития общества, основанной на такого рода случайностях» [2, с. 86]. Здесь

фактически приходится говорить о неравномерности выше упомянутого кумулятивного процесса. Таким образом, можно сделать вывод о том, что скорость обращения сообщений и идей в рамках социокультурного цикла будет варьироваться в зависимости от накопленных в культуре событий, фактов, сообщений; соответственно, как утверждает А. Моль, для разных культур и обществ скорость обращения также будет разной.

Так что же включает в себя понятие социокультурного цикла? Опираясь на основные характеристики по А. Молю, социокультурный цикл можно определить, как двусторонний, замкнутый процесс формирования социокультурной таблицы, результатом которого является аккумуляция элементов культуры в социальной среде.

Итак, обратившись к анализу социокультурного цикла и рассмотрев основные моменты и характеристики динамики цикла, мы дали определение социокультурному циклу и пришли к выводу о том, что скорость обращения сообщений и идей в рамках социокультурного цикла будет варьироваться в зависимости от накопленных элементов культуры.

#### **Список литературы:**

1. Ковров Э. Л. Интериоризация опыта деятельности как условие самоопределения личности. В сборнике: Наука и инновационные процессы в АПК сборник трудов ВГМХА по результатам работы научно-практической конференции, посвященной 100-летию академии. Вологодская государственная молочнохозяйственная академия им. Н.В. Верещагина. 2011. С. 61-64.

2. Лапин Н.И. Социокультурный подход и социетально-функциональные структуры. 2000. PDF файл: Режим доступа 10.02.2020 <http://ecsocman.hse.ru/data/020/174/1217/001.LAPIN.pdf>, свободный

3. Моль А. Социодинамика культуры - М.,1973 - 700 с.

4. Симонян Э.Г. Мозаичная цивилизация в картине эволюции западного мышления // Актуальные проблемы архитектуры и дизайна: материалы всероссийской научной конференции студентов и молодых ученых, 16 апреля 2019 г. – Екатеринбург: УрГАХУ, 2019. – С.84-86.

5. Сорокин П. Человек, цивилизация, общество. М., 1992., с. 218

6. Ухов А.Е. Системный подход А.И. Умова и представление истины как системы // Науковий діалог «Схід-Захід». Матер. всеукр. наук. конфер. з міжнар. участю. (м. Кам'янець-Подільський, 10 липня 2013 р.): у 4-х частинах. – Д.: ТОВ «Інновація», 2013. С.148-151

## СОДЕРЖАНИЕ

### ГЛАВА 4. «СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

<b>Аутлев С.Ю., Соколова А.П.</b> Приоритетные направления инвестиционной деятельности в животноводческом бизнесе.....	4
<b>Безуглая Е.Д., Тюпаков К.Э.</b> Значение формирования системы контроллинга на предприятии.....	6
<b>Бойко А.Н., Киреенко Н.Н.</b> Международный маркетинг анализ и возможности развития в организациях Республики Беларусь.....	9
<b>Бралгина Е.В., Карпова М.В.</b> Особенности мотивации труда персонала организации.....	12
<b>Велиев В.О., Боровская М.Е.</b> Управление затратами на IT-услуги.....	15
<b>Владельщикова К.В., Зайцева Н.П.</b> Разработка стратегии управления изменениями в АО Чувашхлебопродукт.....	17
<b>Должевская А.А., Карпенко В.М.</b> Оценка конкурентоспособности продукции ОАО «Минский мясокомбинат».....	20
<b>Журко Д.В., Окладчик С.А.</b> Безопасность личности на коммерческом предприятии.....	23
<b>Замятина А.Э., Зайцева Н.П.</b> Формирование производственной стратегии АО «Акконд».....	26
<b>Зарубалова К.В., Тюлю Г.М.</b> Зеленый дизайн города как предмет диалога органов местного самоуправления и населения.....	29
<b>Зоткина А.Е., Соколова А.П.</b> Инновации как фактор развития аграрного бизнеса.....	32
<b>Зюзюн Ю.С., Сырокваш Н.А.</b> Совершенствование сбытовой деятельности ЗАО «Атлант».....	35
<b>Игитханян Д.А., Фатеева Н.В.</b> Сравнительный анализ предпочтений молочной продукции в Германии и России.....	38
<b>Касьянова Е.В., Чугаева Ю.А.</b> Повышение эффективности системы контроллинга как инструмент экономической безопасности предприятий нефтяной отрасли.....	41
<b>Коваленко А.Ф., Пашкова Е.С.</b> Внедрение цифровой маркировки.....	44
<b>Козел Д.А., Боровская М.Е.</b> Системы управления запасами.....	46
<b>Красовский М.С., Васильцов В.С.</b> Анализ и оценка эффективности организационной структуры управления основного производства ПАО «Северсталь».....	49
<b>Кривёнок Е.Д., Карпенко Е.М.</b> Улучшение позиционирования предприятия в сознании потребителя (на примере УПП «Глубокский молочноконсервный комбинат»).....	53

<b>Лаврентьев Г.И., Попова И.В.</b> Квалификация персонала как фактор кадровой безопасности на примере ООО «Гранд Байкал».....	56
<b>Малашенко Е.Д., Пригожин В.Л.</b> Роль службы экономической безопасности в подборе и приеме на работу персонала предприятия.....	60
<b>Марченко Ю.А., Гайдук В.И.</b> Совершенствование механизмов управления рисками в сельскохозяйственной организации.....	63
<b>Мохова Н.В., Сорокина И.Э.</b> Повышение конкурентоспособности торговых организаций.....	66
<b>Ндери Ш., Сабетова Т.В.</b> Цели и результаты оценки конкурентоспособности аграрного предприятия.....	69
<b>Нечаева Е.В., Козлова К.Е., Макарецкая Т.Д.</b> Антикризисное финансовое управление.....	72
<b>Опокин А.Н., Гонова О.В.</b> Факторный анализ финансовых результатов сельскохозяйственного предприятия: практический аспект.....	74
<b>Паранина Н.А., Абросимова М.С.</b> Управление сбытовой деятельностью предприятия.....	78
<b>Пиндикова А.С., Кондратьев П.Н.</b> Применение инструментов маркетинга в деятельности предприятий АПК.....	81
<b>Плаксина П.В., Сабетова Т.В.</b> Отбор факторов конкурентоспособности аграрного предприятия для формирования методики ее оценки.....	84
<b>Подорожко Т.С., Карпова М.В.</b> Взаимосвязь и различие лидерства и руководства.....	88
<b>Рудик А.Д., Шибанихин Е.А.</b> Социально-этический маркетинг как система управления организацией.....	90
<b>Сезен С.Г., Базылев М.В., Линьков В.В.</b> Использование адаптивных технологий совершенствования системы воспроизводства в молочно-товарном скотоводстве ОАО «Логишин».....	93
<b>Соловьева А.В., Крылова Н.П.</b> Технологии биохакинга в маркетинге.....	96
<b>Стец А.А., Аникиенко Н.Н.</b> Оценка оборотных активов предприятия для снижения угроз его экономической безопасности.....	99
<b>Тарасова А.Ю., Кондратьев П.Н.</b> Совершенствование кадровой политики коммерческой организации.....	102
<b>Тюхтюнова А.В., Чугаева Ю.А.</b> Оптимизация инвестиционных потоков как инструмент экономической безопасности компаний нефтяной отрасли.....	105
<b>Халецкая А.В., Погребцова Е.А.</b> Особенности совершенствования экономического механизма взаимодействия сельских товаропроизводителей с ОАО «Хлебная база №3» на основе заключения государственного контракта.....	108
<b>Чич А.А., Франциско О.Ю.</b> Автоматизация работы предприятий общественного питания.....	111



<b>Юрова А.Д., Соколова А.П.</b> Управление эффективностью животноводческой продукции.....	114
--	-----

## РАЗДЕЛ 5. «ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ НАУК»

<b>Анкуда И.В., Нуретдинова А.Д.</b> Лингвостилистические особенности юридических текстов.....	117
<b>Бабаева А.А., Чернышева Е.Н.</b> Здоровьесбережение в образовательном пространстве сельскохозяйственного вуза.....	119
<b>Бельчиков М.А., Стрелецкая Ю.В.</b> Организация деятельности спортивного клуба в условиях Великолукской ГСХА.....	122
<b>Болгаров И.А., Лавриненко Н.И.</b> Самостоятельны занятия физическими упражнениями как средство совершенствования учебного процесса будущих специалистов в сфере АПК.....	125
<b>Буткевич А.И., Антончик Е.Г.</b> О видах и классификации терминов.....	128
<b>Грознова Е.С., Леханова О.Л.</b> Специфика подготовки к школе детей с нарушением интеллекта на территории Вологодской области.....	131
<b>Ефимчик А.Р., Гридюшко Е.Н.</b> Система социальной поддержки семей, воспитывающих детей, в Республике Беларусь.....	133
<b>Зюмова В.Ю., Куликова О.Д.</b> Журнал «Виктория» о школьных экзаменах для девочек в Великобритании 1860-х гг.....	136
<b>Комякова А.О., Пономарёва Л.А., Дьякова Н.С.</b> Орфография без правил: к проблеме культуры письменной речи у современных людей.....	139
<b>Кронштатова Е.А., Леханова О.Л.,</b> Экспериментальное изучение восприятия и понимания литературных текстов детьми старшего дошкольного возраста с общим недоразвитием речи.....	143
<b>Куликова У.М., Кукушкин В.Л.</b> Медаль «За оборону Ленинграда»: историко-правовые аспекты награждения.....	146
<b>Меару П.Э., Филиппова Е.В.</b> Уровень социального самочувствия провинциального студенчества .....	149
<b>Наливахина Е.В., Кукушкин В.Л.</b> Применение служебных собак РККА в годы Великой Отечественной войны.....	152
<b>Орлов М.М., Башмак А.Ф.</b> выявление конфликтных установок и восприятий конфликтных ситуаций у студентов зарубежных вузов занимающихся настольным теннисом.....	155
<b>Орлов М.М., Романов Д.В.</b> Социологический опрос: отношение современной молодёжи к браку.....	158
<b>Рукша М.О., Гулевич Е.В.</b> Компоненты кинотекста: кинотекст как лингвокультурный феномен.....	160
<b>Савицкая П.И., Адамович С.В.</b> Подходы к классификации дейксиса. функционально-семантическое поле дейксиса.....	163

<b>Сафранович В.Ю., Литвинович А.Г.</b> Семантические и структурные особенности медицинских терминов.....	166
<b>Федорович Я.И., Адамович С.В.</b> Классификация культурно-маркированной лексики.....	169
<b>Цивинская А.С., Чуркова В.Ф.</b> Перевод имён собственных и названий (на материале информационных текстов политико-экономического содержания).....	172
<b>Янченя О.В., Литвинович А.Г.</b> Средства выражения концепта «Дом» в белорусском языке.....	174

## СЕКЦИЯ 6. «ФИЛОСОФИЯ КУЛЬТУРЫ»

<b>Боброва К.С., Глухова О.А.</b> Социализация глухих детей посредством театральной деятельности.....	177
<b>Борисенко Е.О., Чернышева Е.Н.</b> Формирование физической культуры среди обучающихся аграрного вуза.....	180
<b>Бурдыко Т.А., Стрелецкая Ю.В.</b> Влияние занятий оздоровительной аэробики на физическую подготовленность девушек 18-22 лет в рамках элективных занятий по дисциплине «Физическая культура и спорт» в сельскохозяйственном вузе.....	183
<b>Бычкова К.В., Носова Я.В.</b> Физическая культура и спорт составляющая часть жизни студента.....	186
<b>Жданова А.Э., Дрянных Н.В.</b> Поколение Z - феномен современного общества.....	189
<b>Кушнер Д.С., Пивоварчик С.А.</b> Комическое и его роль в общественной жизни.....	192
<b>Милевич Н.Ю., Нуретдинова А.Д.</b> Кредо и коммуникация.....	195
<b>Михайлова М.В., Калинина Т.В.</b> Использование фитнес-программ на занятиях по физическому воспитанию в непрофильном вузе.....	197
<b>Некрасова Д.А., Ковров Э.Л.</b> Юнгианское толкование сновидений.....	200
<b>Петухова М. В., Ковров Э.Л.</b> Воля и действие: два подхода к одной проблеме.....	203
<b>Сенько А.О., Адамович С.В.</b> Специфика мобильного приложения Instagram.....	206
<b>Синашенко М.В., Серeda Л.М.</b> Этнические авто- и гетеростереотипы и их особенности.....	209
<b>Стасюк А.И., Гулевич Е.В.</b> Принципы и этические нормы коммуникационного процесса. Роль коммуникации в формировании корпоративной культуры.....	212
<b>Странковская А.В., Серeda Л.М.</b> О стилистических характеристиках политического дискурса.....	214

<b>Таврель Д.В., Адамович С.В.</b> О взаимодействии Беларуси и Китая в сфере образования.....	217
<b>Туркина А., Гайшун А., Симонян Э.Г.</b> Синергетический подход в исследовании культуры.....	221
<b>Шило А.В., Гулевич Е.В.</b> Табу в эпоху глобализации.....	224
<b>Юдина А.Д., Симонян Э.Г.</b> Социокультурный цикл: понятие и анализ основных характеристик в контексте социокультурной динамики.....	227

*Научное издание*

**Первая ступень в науке**

**II часть**

*Сборник трудов по результатам работы  
VIII Международной научно-практической студенческой  
конференции*

*Ответственный за выпуск А.А. Лагун*

**Вологодская государственная молочнохозяйственная  
академия имени Н.В. Верещагина  
160555, г. Вологда, с. Молочное, ул. Шмидта, 2**