

Министерство образования и науки Республики Хакасия
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Республики Хакасия
«Хакасский колледж профессиональных технологий, экономики и сервиса»

ОТ ИДЕИ - ДО РЕЗУЛЬТАТА

*Материалы VI Межрегиональной студенческой учебно-практической конференции,
проводимой в рамках деловой части программы VI Открытого регионального
чемпионата «Молодые профессионалы» (Worldskills Russia) Республики Хакасия - 2022*

Абакан
2022

УДК 7.067

ББК 91.9

Издается по решению Методического совета ГБПОУ РХ «Хакасский колледж профессиональных технологий, экономики и сервиса» Протокол № 3 от 12.01.2022г.

От идеи - до результата: Материалы VI Межрегиональной студенческой учебно-практической конференции, проводимой в рамках деловой части программы VI Открытого регионального чемпионата «Молодые профессионалы» (Worldskills Russia) Республики Хакасия - 2022 / науч.ред. Н.А. Морозова; отв. ред. Т.В. Цацорина.

В сборник вошли тезисы и статьи VI Межрегиональной студенческой учебно-практической конференции, проводимой в рамках деловой части программы VI Открытого регионального чемпионата «Молодые профессионалы» (Worldskills Russia) Республики Хакасия – 2022. Конференция прошла на базе ГБПОУ РХ «Хакасский колледж профессиональных технологий, экономики и сервиса» 16 февраля 2022 г.

Представленные материалы отражают особенности развития Республики Хакасия, Красноярского и Краснодарского края, Тверской и Томской областей, Республики Беларусь в направлении «искусство, дизайн и сфера услуг», а также исследования в сфере экономических, естественнонаучных, общественных, технических дисциплин и информационных технологий.

© ГБПОУ РХ «Хакасский колледж профессиональных технологий, экономики и сервиса», 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПАО «ВКУСВИЛЛ» <i>Степанова Полина Андреевна</i>	7
МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ И РАСЧЕТ ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПАО «ВКУСВИЛЛ» <i>Степанова Полина Андреевна</i>	13
МАТЕМАТИЧЕСКОЕ ОЖИДАНИЕ И ЕЕ ПРИМЕНЕНИЕ ПРИ ОЦЕНКИ РИСКА ПРИ ПОКУПКЕ АКЦИИ <i>Степанова Полина Андреевна</i>	18
МОДЕЛЬ ARV И ЕЕ ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ <i>Степанова Полина Андреевна</i>	22
РОЛЬ ЛАТЫНИ В СТАНОВЛЕНИИ СЛОВАРНОГО ЗАПАСА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА. <i>Степанова Полина Андреевна</i>	23
АВТОМАТИЗИРОВАННЫЙ МАРКЕТИНГ <i>Живтяк Мария Геннадьевна</i>	27
ИССЛЕДОВАНИЕ РИСКОВ СОВРЕМЕННЫХ ПРОЕКТОВ <i>Живтяк Мария Геннадьевна</i>	30
ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ И ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РАБОТЫ С ОБРАЩЕНИЯМИ ГРАЖДАН (ДЕЛОПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ АСПЕКТ) <i>Марцинковская Валерия Дмитриевна</i>	34
ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЫ НА РУССКИЙ ЯЗЫК <i>Живтяк Мария Геннадьевна</i>	39
ЭФФЕКТИВНОСТЬ АНТИКОРРУПЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ <i>Живтяк Мария Геннадьевна</i>	48
ВЛИЯНИЕ ПРЕПАРАТОВ СПОРТИВНОГО ПИТАНИЯ НА ЧЕЛОВЕКА <i>Гаврюк Артем Владимирович, Буленков Александр Игоревич</i>	53
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СЛАВЯНСКИХ СКАЗОК <i>Глотов Иван Николаевич, Ерёмкина Екатерина Андреевна</i>	58
ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА ДИСКУРСИВНЫХ СЛОВ (НА ПРИМЕРЕ ПЕРЕВОДА С. МАЙЕР СУМЕРКИ. САГА.ЗАТМЕНИЕ) <i>Демина Диана Евгеньевна</i>	61
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА МЕТОДА ПЕРЕРАБОТКИ ТВЁРДЫХ БЫТОВЫХ ОТХОДОВ В ГОРОДЕ ЧЕРНОГОРСКЕ <i>Хватов Владимир Владимирович, Кривошапов Руслан Александрович</i>	65
МОЯ СЕМЬЯ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ <i>Артеменко Вячеслав Сергеевич</i>	68
ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-КОММЕРЧЕСКИХ УРБАНОНИМОВ АБАКАНА (В ПЕРИОД 2019-2021гг) <i>Дубасов Данил Евгеньевич</i>	71
БИБЛЕЙСКИЕ МОТИВЫ В СЕРИАЛЕ «СВЕРХЪЕСТВЕСТВЕННОЕ» <i>Змиевский Станислав Витальевич, Синцов Даниил Дмитриевич</i>	73
ЗОЛОТЫЕ РОССЫПИ УРАЛА <i>Тарасова Алена Юрьевна</i>	76
ВНЕДРЕНИЕ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ CREDO В ПРАКТИКУ МАРКШЕЙДЕРСКИХ РАБОТ <i>Казачков Дмитрий Сергеевич</i>	80

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЗООНИМОВ ВО ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ОБОРОТАХ РУССКОГО ЯЗЫКА	<i>Коновалова Дарья Александровна</i>	84
ИССЛЕДОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЦИКЛОВ	<i>Астахова Анастасия Викторовна, Волгина Карина Владимировна</i>	88
КРАУД-МАРКЕТИНГ В РАБОТЕ СТРАХОВОГО АГЕНТА БРУСП «БЕЛГОССТРАХ»	<i>Пашикевич Фаина Дмитриевна</i>	93
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ	<i>Живтяк Мария Геннадьевна</i>	96
СВЕТОДИЗАЙН ДЛЯ СОЗДАНИЯ УЮТА И КОМФОРТА В СЕМЬЕ	<i>Лаврентьев Иван Владимирович, Понамарев Максим Денисович</i>	102
EVENT-МАРКЕТИНГ: СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ	<i>Живтяк Мария Геннадьевна</i>	105
ПРОСТЕЙШИЙ СПОСОБ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ГЛУБИНЫ УРОВНЯ ЗАЛЕГАНИЯ ВЕРХОВОДКИ	<i>Мокрушин Дмитрий Сергеевич, Морозов Александр Николаевич</i>	108
НЕЙРОМАРКЕТИНГ В РАБОТЕ ПРОДАВЦА	<i>Веремейчик Ксения Андреевна</i>	109
БИЗНЕС- ПЛАН ПРЕДПРИЯТИЯ «KRONA» ПО ПРОИЗВОДСТВУ ДЕКОРАТИВНОЙ ДРЕВЕСНОЙ ЩЕПЫ	<i>Тюрина Алина Евгеньевна</i>	112
ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ, НАЗЫВАЮЩИЕ УМСТВЕННЫЕ СПОСОБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА	<i>Соболева Ярослава Денисовна</i>	120
СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, КАК САМОСТОЯТЕЛЬНЫЙ ВИД БИЗНЕСА	<i>Кондратенко Иван Евгеньевич</i>	124
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ДИЗАЙНЕ БЛЮД	<i>Албычаков Астай Александрович</i>	128
МОЛОДЕЖНЫЙ СЛЕНГ: ЧТО ЭТО ТАКОЕ И С ЧЕМ ЕГО «ЕДЯТ»	<i>Плотникова Анна Алексеевна</i>	132
ОСОБЕННОСТИ АМЕРИКАНСКОГО МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА	<i>Хохлова Анастасия Константиновна, Шахбазян Карина Вагановна</i>	134
ИССЛЕДОВАНИЕ ЗОЛОТОГО СЕЧЕНИЯ - КАК ИСТОЧНИКА КРИТЕРИЯ ГАРМОНИИ И КРАСОТЫ	<i>Буряк Анастасия Андреевна, Гапонова Татьяна Ивановна</i>	136
ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В МОЕЙ ПРОФЕССИИ	<i>Зыков Леонид Александрович, Потемкин Степан Денисович, Литвинов Николай Владимирович, Денк Денис Александрович</i>	140
ДИЗАЙН ОКОН: ОТ РОЖДЕНИЯ ДО НАШИХ ДНЕЙ	<i>Катаев Данил Сергеевич</i>	143
АНАЛИЗ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	<i>Кораблёва Дарья Юрьевна</i>	145
КОНСОЛИДИРОВАННАЯ ОТЧЕТНОСТЬ: СОДЕРЖАНИЕ И ПОРЯДОК ЕЁ СОСТАВЛЕНИЯ	<i>Левина Екатерина Ивановна</i>	147
МЕТОДЫ УНИЧТОЖЕНИЯ И ВОССТАНОВЛЕНИЯ ДОКУМЕНТОВ НА БУМАЖНЫХ НОСИТЕЛЯХ	<i>Маадыр-оол Аюша Эресовна</i>	152

СИСТЕМЫ СЧИСЛЕНИЯ В НАШЕЙ ЖИЗНИ <i>Сычев Илья Алексеевич, Сычев Александр Александрович</i>	156
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ДОКУМЕНТАЦИОННОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ УПРАВЛЕНИЯ <i>Перепрыгина Настасия Александровна</i>	162
ПРАВИЛА РАБОТЫ АРХИВОВ ОРГАНИЗАЦИЙ: ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ <i>Пыстина Анастасия Павловна, Девяткина Виктория Андреевна</i>	165
ПРИМЕНЕНИЕ ПРОЕКТНОГО МЕТОДА В РАМКАХ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРИЕМА НА РАБОТУ В МИНИСТЕРСТВО ВНУТРЕННИХ ДЕЛ РОССИИ ПО РЕСПУБЛИКЕ ХАКАСИЯ <i>Хомова Елизавета Николаевна</i>	168
ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД В УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТА – ДОКУМЕНТОВЕДА <i>Сотниченко Елена</i>	172
ШОКОЛАДНАЯ ТЕРАПИЯ <i>Толмашов Денис Владимирович</i>	173
ФОНТАН – КАК МОДНЫЙ ЭЛЕМЕНТ БЛАГОУСТРОЙСТВА ТЕРРИТОРИИ <i>Даньшин Матвей Сергеевич, Коньшев Эдуард Игоревич, Семкив Алексей Алексеевич</i>	176
НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ В 2022 ГОДУ <i>Арефьева Валерия Александровна</i>	179
ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В ЖИЗНИ ЛЮДЕЙ ЧЕРЕЗ НАЗВАНИЯ МАГАЗИНОВ И ТОРГОВЫХ ТОЧЕК ГОРОДА ЧЕРНОГОРСКА <i>Кадеров Владислав Сергеевич</i>	183
МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ ГЕНЕРАЦИИ ИДЕЙ ДЛЯ СТУДЕНТОВ <i>Мельников Роман Олегович</i>	184
МАРШРУТ ПАМЯТИ «ХОЛОКОСТ В БАРАНОВИЧСКОМ РАЙОНЕ» <i>Радюк Вероника Сергеевна</i>	188
СОЗДАНИЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ КОЛЛЕДЖА СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ <i>Снищерева Владлена Сергеевна, Рожкова Алина Игоревна,</i>	190
САМОЗАНЯТОСТЬ В 2022 ГОДУ В РОССИИ <i>Фроленкова Екатерина Сергеевна</i>	194
ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ГРУППА СЛОВ С ОБЩИМ ЗНАЧЕНИЕМ «ГОЛОВНЫЕ УБОРЫ» <i>Стряпкова Диана Степановна</i>	198
АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ БЛОГЕРОВ (НА МАТЕРИАЛЕ КНИГ Н. КРАСНОВОЙ И А. ЖИДКОВСКОГО) <i>Юрина Мария Егоровна, Табачкова Анна-Мария Владиславовна Научный руководитель – Буянова Оксана Дмитриевна, преподаватель</i> ..	201
ЯЗЫКОВАЯ ИГРА И ЕЁ ВИДЫ В НАЗВАНИЯХ ПЕРЕДАЧ ЮМОРИСТИЧЕСКОГО ШОУ «УРАЛЬСКИЕ ПЕЛЬМЕНИ» <i>Хлобыстов Сергей Русланович</i>	205
ИОННОЕ ИЗЛУЧЕНИЕ: ВРЕД ИЛИ ПОЛЬЗА? <i>Циганков Егор Владимирович</i>	208
ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ И КОНЦЕПЦИЯ SMART CITY <i>Гурина Анна Дмитриевна</i>	209
ТЕХНОЛОГИЯ РАБОТЫ С ЗАПРОСАМИ СОЦИАЛЬНО-ПРАВОВОГО ХАРАКТЕРА <i>Шаройко Илона Андреевна</i>	212

ВЛИЯНИЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ ЗА ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ ЧЕРЕЗ ЯЗЫК МОЛОДЁЖИ INFLUENCE OF ENGLISH ON RUSSIAN IN RECENT YEARS THROUGH THE LANGUAGE OF YOUTH	<i>Шачнев Денис Алексеевич</i>	216
ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-КОММЕРЧЕСКИХ УРБАНОНИМОВ АБАКАНА (В ПЕРИОД 2019-2021гг)	<i>Дубасов Данил Евгеньевич</i>	219
«УМНАЯ ШПАРГАЛКА» КАК СРЕДСТВО ПОДГОТОВКИ К УСПЕШНОЙ СДАЧЕ ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА	<i>Инжутова Анастасия Сергеевна, Чухрова Алина Андреевна</i>	221
ПРОЕКТ КОЛЛЕКЦИЯ СВАДЕБНЫХ АКСЕССУАРОВ «ВРЕМЕНА ГОДА» В ТЕХНИКЕ КАНЗАШИ	<i>Василюк Юлия Дмитриевна,</i>	224
ПРОЕКТ ОЗЕЛЕНЕНИЯ ФАСАДНОЙ ТЕРРИТОРИИ «ХАКАССКОГО КОЛЛЕДЖА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА»	<i>Шевлякова Татьяна Александровна</i>	226
ПРОЕКТ ОЗЕЛЕНЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО БЮДЖЕТНОГО ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ДЕТСКИЙ САД «ДУНЯША»	<i>Пендик Диана Дмитриевна</i>	229
ЛАНДШАФТНЫЙ ПРОЕКТ ТЕРРИТОРИИ МБДОУ ДЕТСКОГО САДА «ЛАСТОЧКА» П.Г.Т.УСТЬ-АБАКАН	<i>Василюк Юлия Дмитриевна,</i>	232
ФЛОРАРИУМА – МИНИСАД В СТЕКЛЕ	<i>Попова Юлия Вадимовна,</i>	235
БИЗНЕС ИДЕЯ: ХИМЧИСТКА САЛОНА АВТОМОБИЛЯ (AutoХим)	<i>Водзинская Злата Юрьевна</i>	237

СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПАО «ВКУСВИЛЛ»

Степанова Полина Андреевна
Научный руководитель – Землякова Алина Владимировна,
к. э. н. доцент кафедры финансов и кредита
КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Краснодар

Предприятие ООО «ВкусВилл» - это российская розничная сеть супермаркетов и собственная торговая марка продуктов, позиционируемых как продукты для правильного питания. Сеть основана предпринимателем Андреем Кривенко в Москве в 2009 году, чтобы под единым брендом объединить производителей натуральных продуктов. Торговая сеть проводит гибкую ценовую политику, предоставляет дополнительные скидки, проводит розыгрыши ценных призов.

Интерес к данной компании объясняется быстрым с экономической точки зрения расширением географии производителей и количеством торговых точек. Так, спустя пару лет компания вошла в рейтинги РБК, заняв 489-е место, как крупнейшая компания России, а также 3-е место из 50 самых быстрорастущих компания России.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия является основой для принятия решений на уровне субъектов хозяйствования, с помощью которого выявляются наиболее значимые характеристики и показатели деятельности предприятия и составляются прогнозы его дальнейшего развития[5].

Рассмотрим основные показатели, используемые для анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия – показатели эффективности хозяйственной деятельности компании, а также рассмотрим и проанализируем отчет о финансовых результатах компании с 2018 по 2020 гг.

К эффективности хозяйственной деятельности относят следующие показатели:

- прибыли;
- рентабельности реализации продукции;
- рентабельности активов;
- рентабельности собственного и заемного капитала.

Данные показатели являются относительными показателями эффективности использования ресурсов предприятия. Рассчитаем их и результаты отразим в таблице [11].

Таблица 1 – Показатели эффективности хозяйственной деятельности
ООО «ВкусВилл» с 2018 по 2020 гг.

Показатели	Формула Расчета	годы			2020 (+/-) к	
		2018	2019	2020	2018	2019
Чистая прибыль руб.	Балансовая прибыль – платежи в бюджет	1 138 212 000	2 995 50 0 000	1 825 28 1 000	687 069 000	– 1 170 219 000
Рентабельность реализации	Прибыль от реализации /	3,3%	4,8%	2,8%	-0,5%	– 2%

продукции %	выручка от реализации * 100%					
Рентабельность активов %	Чистая прибыль / величина активов * 100%	9,9%	24,2%	11,5%	1,6%	– 12,7%
Рентабельность собственного капитала %	Чистая прибыль / собственный капитал * 100%	15,2 %	38%	20%	4,8%	– 18%
Рентабельность инвестированного капитала %	Чистая прибыль / сумма собственного и долгосрочного заемного капитала * 100%	10,3 %	24,1%	10,8%	0,5%	– 13,3%

Рентабельность продукции и рентабельность продаж за 2020 год упали, это объясняется волнами коронавирусной инфекции, переходом на удаленный режим работы, а также переход на новый формат экспресс-доставки продуктов. Важно отметить, что до возникновения пандемии, деятельность предприятия увеличивала свою эффективность с каждым годом, однако экономический спад в стране сильно отразился на деятельности фирмы. Результаты проведенного исследования позволяют выделить следующие негативные моменты, недостаток наиболее ликвидных и быстрореализуемых активов для расчетов по наиболее срочным и краткосрочным обязательствам, несоответствие нормативных коэффициентов абсолютной и быстрой ликвидностью, недостаток собственных и заемных источников для формирования запасов и затрат. В компании также наблюдается спад реализации продукции, что связано с неготовностью рынка к онлайн формату, а также спаду платежеспособности населения в связи с экономическим кризисом. В связи с экономически нестабильной ситуацией за 2020 год компании важно было продолжить свою деятельность.

С целью увеличения перечисленных выше недостатков можно рекомендовать создание на предприятии центров финансовой ответственности, определив тем самым финансовую структуру предприятия, после чего осуществить поэтапную постановку управления.

К следующей категории важной для анализа финансово-хозяйственной деятельности организации относят финансовые результаты организации, которые представлены в отчете о финансовых результатах каждой компании. При исследовании финансовых результатов важно обратить внимание на динамику показателей. Для это

следует рассчитать: абсолютный прирост, показывающий насколько изменились показатели в сравнении с базисным годом, и темп роста показателей, показывающий во сколько раз изменился показатель в следующие года по сравнению с базисным годом.

Таблица 2 – Финансовые результаты и показатели динамики финансовых результатов ООО «ВкусВилл».

Показатели	Годы			Абсолютный прирост 2020	Темп роста,% 2020/2018
	2018	2019	2020		
Выручка	54 603 374 000	82 519 078 000	114 008 445 000	59 405 071 000	208,7%
Себестоимость продаж	35 337 994 000	52 603 044 000	73 328 988 000	37 990 994 000	207,5%
Валовая прибыль	19 265 380 000	29 916 034 000	40 679 457 000	5 341 463 000	211,1%
Коммерческие расходы	17 417 519 000	25 900 859 000	37 413 969 000	19 996 450 000	214,8%
Прочие доходы	1 061 510 000	1 469 160 000	385 608 000	- 675 902 000	36,3%
Прочие расходы	1 567 013 000	1 895 148 000	1 466 822 000	199 809 000	93,6%
Чистая прибыль	1 137 766 000	2 995 091 000	1 833 980 000	696 214 000	161,1%

Статистические данные показывают, что чистая прибыль. ООО «ВкусВилл» по итогам 2020 года снизилась 38,8% - до 1,834 млрд рублей с 2,995 млрд в 2019 году – после роста в предыдущие два года. Вместе с ростом выручки выросли также коммерческие расходы на 44,5%. То, что в 2020 году ситуация кардинально поменялась, можно заметить, как неравномерно изменялось значение доходов каждый год. Однако, ликвидность организации по-прежнему находится в норме, фирма имеет достаточное количество оборотных средств для погашения краткосрочных обязательств.

Таким образом, результат операционной деятельности был положительным, но снизился по сравнению с 2019 годом на 32,4%, составив 3,25 миллиарда рублей. В качестве одного из решений можно предложить реструктуризацию кредитных обязательств, что позволит сохранить экономический потенциал предприятия в условиях неблагоприятной экономической среды, и, прежде всего, будет способствовать более стабильной работе предприятия, как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе.

К одним из характеристик финансового состояния компании, показывающих эффективность деятельности, относят стабильность деятельности с позиции долгосрочной перспективы, отражающейся в финансовых результатах. Здесь проходит корреляция с общей финансовой структурой компании, степенью влияния на компанию со стороны кредиторов и инвесторов.

Финансовую устойчивость выбранной нами компании проанализируем исходя из метода анализа соотношений собственного и заемного капитала. Для этого рассчитаем показатели:

- коэффициент автономии;

- коэффициент финансовой зависимости;
- коэффициент финансирования;
- коэффициент привлеченного капитала;
- коэффициент маневренности собственного капитала;
- коэффициент обеспеченности товарно-материальных запасов величиной собственных оборотных средств.

Таблица 3 – Показатели финансовой устойчивости.

Показатели	Годы			2020 (+/-) к	
	2018	2019	2020	2018	2019
Коэффициент автономии	0,65	0,63	0,55	-0,1	-0,08
Коэффициент финансовой независимости	0,53	0,57	0,79	0,26	0,22
Коэффициент финансирования	1,8	1,73	1,25	-0,55	-0,48
Коэффициент привлеченного капитала	0,34	0,36	0,44	0,1	0,08
Коэффициент маневренности собственного капитала	0,27	0,23	0,34	0,07	0,11
Коэффициент обеспеченности товарно-материальных запасов величиной собственных оборотных средств	1,07	0,7	0,84	-0,23	0,14

Коэффициент автономии за период 2018-2019 гг. показал обеспеченность более половины активов предприятия за счет собственного капитала., однако потом он упал в 2020 году, это свидетельствует об увеличении финансовой зависимости предприятия от внешних условий, кредиторов и инвесторов.

Коэффициент финансовой зависимости говорит о том, что в 2018-2019 гг. 53-57% активов было сформировано за счет кредитов и займов краткосрочного и долгосрочного характера. Доля активов, сформированная за счет займов в 2020 году значительно выше по сравнению с предыдущим годом, что объясняется экономическим кризисом.

Коэффициент финансирования отражает отношение собственного капитала к заемному. Оптимальное значение коэффициента колеблется в пределах 1. Чем выше значение этого коэффициента, тем благоприятнее складывается обстановка для компании.

Несмотря на снижение значения данного показателя, он все равно сохраняет оптимальное значение в течение всего рассматриваемого периода.

Коэффициент концентрации привлеченного капитала показывает рациональное использование заемного капитала, несмотря на увеличение коэффициента, он по-прежнему остается меньше половины, что считается благоприятной тенденцией.

Коэффициент маневренности собственного капитала отражает способность рассматриваемого нами предприятия поддерживать уровень собственного оборотного капитала. Благоприятная тенденция к увеличению коэффициента подтверждает наше суждение.

Коэффициент обеспеченности товарно-материальных запасов величиной собственных оборотных средств отражает в какой степени товарно-материальные запасы организации покрыты ее собственными оборотными средствами. Так как благоприятной считается тенденция к увеличению показателя, то в сравнении с 2019 годом можно говорить о более устойчивом финансовом положении организации.

На основе полученных показателей, отражающих эффективность финансовой деятельности предприятия, определим тип финансовой устойчивости предприятия.

Выполним следующие условия:

$$\Delta СОС = 3\,599\,792\,000 - (4\,223\,015\,000 + 1\,737\,000) = -624\,960\,000$$

$$\Delta СОС < 0,$$

$$\Delta СДИ = 3\,599\,792\,000 - (4\,223\,015\,000 + 1\,737\,000) = -624\,960\,000$$

$$\Delta СДИ < 0,$$

$$\begin{aligned} \Delta ОИФЗ &= 3\,599\,792\,000 + 18\,477\,975\,000 - (4\,223\,015\,000 + 1\,737\,000) \\ &= 17\,853\,015\,000 \end{aligned}$$

$$\Delta ОИФЗ > 0,$$

Приведенные показатели обеспеченности запасов соответствующими источниками финансирования трансформируют в трехфакторную модель (М):

$$M = (\Delta СОС; \Delta СДИ; \Delta ОИФЗ)$$

На основе финансового анализа предприятия ООО «ВкусВилл», трехфакторная модель выглядит следующим образом: $M = (0,0,1)$. Данный тип отражает неустойчивое финансовое положение.

Рассчитав показатели эффективности деятельности предприятия и определив тип финансовой устойчивости организации, пришли к выводу, что стабильность и эффективность деятельности предприятия в период экономического спада были подорваны.

На основе полученных расчетов, выделим ряд мероприятий, необходимых для повышения устойчивости.

Важно заметить, что периоды спада финансовых показателей происходят в жизненном цикле любого предприятия. К причинам, которые связаны с ситуацией в ООО «ВкусВилл», можно отнести экономический спад в стране из-за пандемии ковид, структурные изменения в отрасли, нарушение операционной деятельности, переход на модель удаленной работы.

Отрицательные тенденции, которые в большей мере повлияли на спад финансовой устойчивости: снижение собственных оборотных средств, зависимость от заемных средств, рост дебиторской задолженности, имеющую тенденцию к увеличению срока погашения и замедлению оборачиваемости.

Выделим следующие пути укрепления финансовой устойчивости предприятия в связи с негативными тенденциями:

1. Усиление контроля и анализа дебиторской задолженности.

По данным показателям рассматриваемой нами организации ООО «ВкусВилл», можно отметить одну из ключевых проблем – уменьшение количества денежных средств, иными словами, высоколиквидных активов. [7] В свою очередь, это обусловлено увеличением предоставления коммерческих кредитов клиентам, отсутствием жесткого контроля за инкассированием предоставленных коммерческих средств, увеличением срока оборачиваемости дебиторской задолженности.

Для быстрого анализа дебиторской задолженности рассматриваются два отчета: надежность дебиторов и надежность входящего НДС. В первом отчете на основе сумм задолженности и значению индексов СПАРК, определяется приоритетность работы по тем или иным дебитором, что может снизить затраты по итогу месяца. Во втором отчете отражается список контрагентов, с которыми у компании были взаиморасчеты, а также на основе индекса должной осмотрительности, можно будет проанализировать какой контрагент организации будет являться «ароновской фирмой» и какова угроза исчезновения данного контрагента.

После анализа дебиторской задолженности следует осуществление эффективного контроля, который подразумевает разграничение функций персонала по управлению дебиторской задолженности. Согласно этапам управления, к ответственным лицам относят: оперативную, коммерческую, финансовую, юридическую службы.

2. Снижение кредиторской задолженности путем реструктуризации и взаимозачетов.

Кредиторская задолженность – это заемные средствами компании, являющиеся финансовыми источниками оборотных средств. Данные долги возникают перед партнерами, контролирующими органами и персоналом. При решении данной задачи необходимо классифицировать долги по срочности погашения, установить источники для проведения платежей по долгам, пересмотреть критерии сотрудничества с кредиторами.

Для избавления от кредиторской задолженности действуют три сценария. Во-первых, погашение кредиторской задолженности, при наличии такой возможности. Во-вторых, списание задолженности перед кредитором в связи с тем, что она прощена. В-третьих, заменить сторону в обязательства.

3. Ускорение оборачиваемости запасов.

Ускорение оборачиваемости запасов за счет снижения уровня излишних запасов решает проблемы явного и скрытого характера. Например, предотвращение проблемы устаревания физического и морального состояния товаров, расходов по хранению излишков товаров, организации распродаж. При решении данной задачи следует провести анализ скорости обращения товаров, чтобы вовремя отследить насколько эффективно выстроены бизнес-процессы в сети магазинов, чем вызвано формирование излишков, затем после оценки ситуации применить ряд мер. Различают два возможных исхода событий: низкий коэффициент оборачиваемости запасов, когда присутствует излишек товаров, и высокий коэффициент, когда товар, наоборот, быстро распродается и есть риск, что ритейлер не сможет поддержать необходимый уровень запасов. В обоих случаях ускорить оборачиваемость запасов позволяет комплекс мер по оптимизации процессов

управления запасами и автоматизация. Чем выше оборачиваемость запасов, тем устойчивее финансовое положение предприятия.

Таким образом, обеспечение финансовой устойчивости предприятия требует поддержания постоянного баланса между доходами и расходами, это возможно только в случае грамотного управления соотношением кредиторской и дебиторской задолженности, а также ускорением оборачиваемости средств. Рассмотренные пути повышения финансовой устойчивости предприятия позволяют понять, что своевременно реагировать на негативные тенденции возможно при сборе информации и анализе данных.

Библиографический список

1. Бобылева А. З. Финансовые управленческие технологии: Учебник – М.: ИНФРА – М, 2016. – 79 с.
2. Грачев А.В. Финансовая устойчивость предприятия: критерии и методы оценки в рыночной экономике. - М.: «Дело и сервис», 2017. 155 с.
3. Гребенщикова, Е.В. Финансовая устойчивость промышленного предприятия и способы ее обеспечения: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.02 / Е. В. Гребенщикова ; МГУ им. Ломоносова. – М., 2018. – 23 с.
4. Егорова, Е.И. Анализ и оценка финансового состояния предприятия/ Е.И. Егорова, С.В. Гаврилова// Достижения вузовской науки. – 2016. - №9. – С. 180-184.
5. Ершова С.А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / СПбГАСУ. – СПб., 2019. – 155 с.
6. Кравченко Е.Н., Тажибов Т.Г. Финансовая устойчивость организации: формирование, учет и анализ: монография / Волгоградский филиал ФГБОУ ВПО «Российский государственный торгово-экономический университет». – Волгоград: Волгоградский филиал РГТЭУ, 2016. – 206 с.
7. Мхитарян, А.В. Финансовая устойчивость и пути ее улучшения / А.В. Мхитарян, А.А. Литвин. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 201. - № 11 (91). – 923 с.
8. Павлова Л.Н. Финансы предприятий: Учебник для вузов. - М.: Финансы, ЮНИТИ, 2007 278с.
9. Финансовый менеджмент: учебное пособие Максимова А И Мохина М И .– Пермь: АНО ВПО «Пермский институт экономики и финансов», 2010. – 53 с.
10. Бухгалтерская отчетность ООО «ВкусВилл» <https://e-ecolog.ru/buh/2015/7734675810#balans>
11. Бухгалтерская отчетность и финансовый анализ ООО «ВкусВилл» https://www.audit-it.ru/buh_otchet/7734675810_ooo-vkusvill

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ И РАСЧЕТ ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПАО «ВКУСВИЛЛ»

*Степанова Полина Андреевна
Научный руководитель - Приходько Карина Согомоновна
к. э. н. доцент кафедры экономики и управления
Краснодарский филиал РЭУ имени Г. В. Плеханова*

Управление финансами предприятия – одна из наиболее важных задач для любого коммерческого или некоммерческого предприятия, от решения которой будет зависеть экономическое благополучие организации. Данное направление предполагает наличие глубоких знаний в области практической деятельности бухгалтерского учета, теории и практики управления финансами, права и налогообложения. Находясь в условиях рыночной экономики управление финансами характеризует собой процесс, требующий эффективной работы потоков поступления и расходования денежных средств предприятия, иначе говоря оптимизации финансовых ресурсов предприятия.

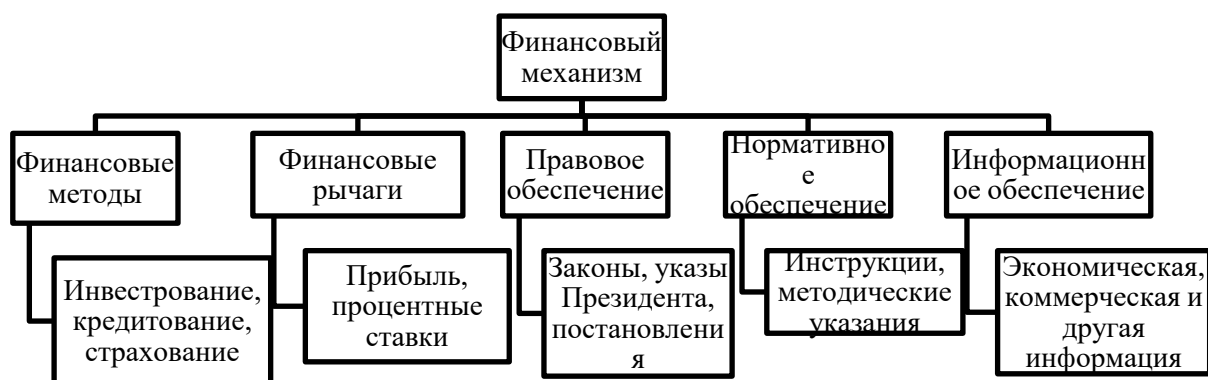
Управление финансами предприятия осуществляется за счет следующих методов: прогнозирование, планирование, финансовый контроль, финансовое регулирование, оперативное управление, система методов мобилизации финансовых ресурсов. Эффективность и качество уровня адаптации предприятия к работе в рыночных условиях находятся помимо вышеуказанных методов в тесной корреляции со следующими важными элементами: бюджетирование, бизнес-планирование, разработка инвестиционных проектов, организация управленческого учета, комплексный финансовый анализ организации.

Необходимость в правильном осуществлении управления за финансами подкрепляется следующими задачами:

1. формирование ресурсной базы важной для расширенного воспроизводства в перспективе, материального стимулирования работающих, удовлетворение определенных потребностей общества, предотвращение банкротства;
2. эффективное и целесообразное использование финансовых ресурсов;
3. контроль за рациональным и целевым использованием финансовых ресурсов;
4. адаптация предприятия к работе в рыночных условиях, модификация хозяйственной деятельности в соответствии с изменениями в законодательстве РФ.

На основании приведенных задач, которые решаются путем грамотного управления финансами, можно заключить, что финансовые отношения предприятия ничто иное, как разработка и ведение конкретной финансовой политики. Финансовая политика в свою очередь обеспечивается за счет финансового механизма, состоящего из взаимосвязанных подсистем.

Таблица – 1 Финансовый механизм и его основные элементы.



Рассмотрим более подробно финансовые методы и их элементы, входящие в финансовый механизм:

- Финансовое прогнозирование;

Данный этап используется при составлении финансового планирования, его главной задачей является предвидение финансового положения в перспективе. Составления сценариев решения социально-экономических задач, стоящих перед элементами финансовой системы – главная цель финансового прогнозирования. Для любой организации прогнозирование осуществляется посредством применения следующих методов: метод экспертных оценок, метод имитационного моделирования, ситуационного анализа. Так, в прогнозировании главное определить объем финансовых ресурсов, источников их формирования, использования в дальнейшем.

- Финансовое планирование;

Данный этап подразумевает процесс разработки и принятия целевых установок количественного и качественного характера, их эффективное достижение. По итогу суть планирования будет заключаться в своевременном выявлении средств и альтернатив, снижающих риски в принятии ошибочных решений. Для этого в любой организации планирование осуществляется путем использования ряда инструментов: показатели деятельности предприятия, нормативы, лимиты, финансовые данные.

Финансовое планирование и прогнозирование стоит рассматривать в неразрывной связи, так как эти две стадии образуют логическую цепочку, помогающую верно определить и разработать направления достижения определенных целей в будущем.



Гипотеза – научное предвидение, стадия определения целей и задач.

Прогноз – стадия разработки плана действий, обоснование показателей финансовых планов.

План – стадия постановки конкретной цели и предвидение необходимых ресурсов и источников их формирования.

- Оперативное управление;

Данный этап предполагает осуществление практических действий по выполнению задач финансового плана, внесению коррективов в его показатели с учетом новых обстоятельств.

- Финансовый контроль.

Данный этап подразумевает работу законодательных и исполнительных органов власти всех уровней, контрольных действий специальных учреждений за финансовой деятельностью предприятия.

Необходимость в осуществлении контрольных действий подкрепляется рядом возложенных задач на данный этап эффективного управления финансами предприятия: предотвращение финансовых нарушений, правильность ведения финансового учета и отчетности, выполнение финансового законодательства. Для любой организации контроль

осуществляется посредством применения следующих методов: проверка отдельных вопросов финансовой и хозяйственной деятельности, экономический анализ, ревизия, надзор.

На основании изложенных теоретических данных, проанализируем пример по выбранной теме. Рассмотрим управление финансами на предприятии ПАО «ВкусВилл» - это российская розничная сеть супермаркетов и собственная торговая марка продуктов, позиционируемых как продукты для правильного питания.

Основным видом деятельности является «Торговля розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах».

Анализируемое нами предприятие входит в пятерку крупнейших онлайн-продавцов еды в России и имеет довольно большое преимущество над своими конкурентами в связи с удачным маркетингом, позиционирующим сеть райским уголком по сравнению с бездушными гипермаркетами, продающими в них безмянные продукты, в то время как «ВкусВилл» торгует натуральными продуктами под собственным брендом.

Рассмотрим теперь организационную структуру управления предприятия (рисунок 1). В компании поддерживают плоскую, горизонтальную структуру ролей даже в магазинах: там нет директора, его зама, бухгалтера. Есть роль старшего продавца, функционал которого на 95% совпадает с функционалом обычного продавца, но, кроме этого, он занимается инкассацией, работой с почтой и системой учета, решением кризисных ситуаций и наставничеством.

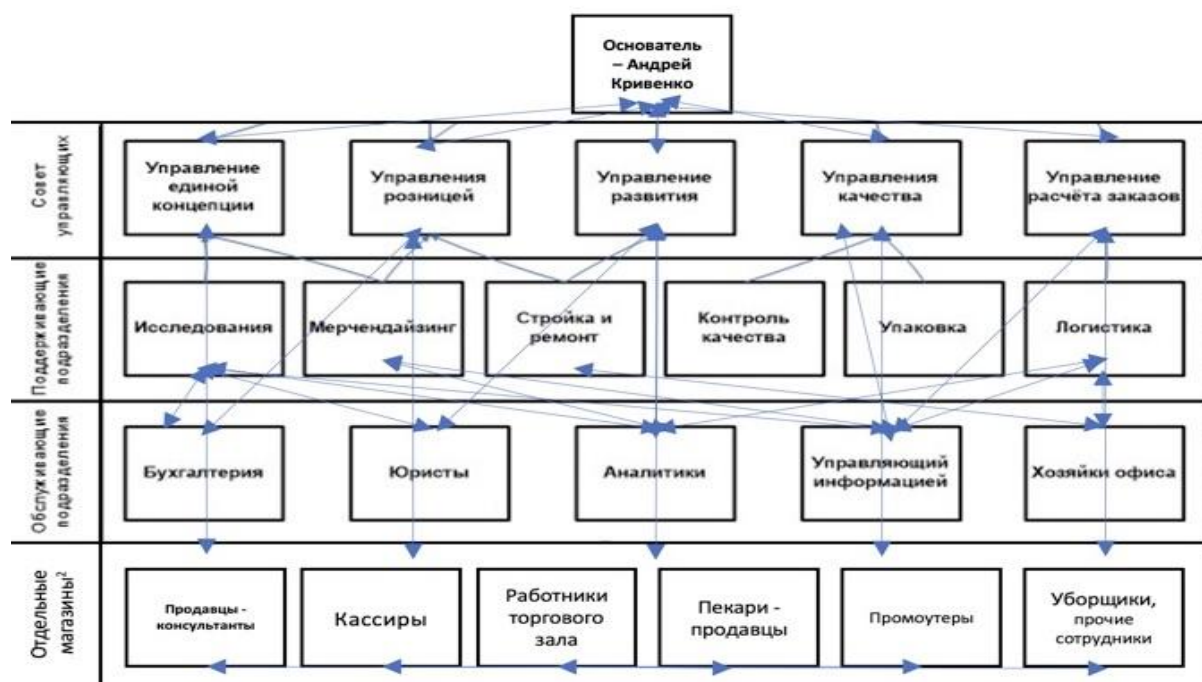


Рисунок 1 – Организационная структура ПАО «ВкусВилл»

Эффективность деятельности предприятия характеризуется наличием достаточной финансовой устойчивости, что в свою очередь характеризуется достаточным собственным капиталом и платежеспособностью, также показателями оборачиваемости и рентабельности.

Рассчитаем уровень эффективности управления финансами предприятия, используя показатели рентабельности.

$$R = \frac{П}{X} \times 100\% \quad (1)$$

где R – рентабельность;

П – прибыль;

X – результативный показатель (выручка, себестоимость, оборотные средства, капитал).

На основании бухгалтерской отчетности организации, полученной из официальных баз данных ФНС и Росстата, рассчитаем рассматриваемые нами показатели, используя следующие данные:

- Выручка за 2020 год: 114 298 000 000 руб.;
- Валовая прибыль за 2020 год: 34 042 000 000 руб.;
- Прибыль от продаж за 2020 год: 3 265 000 000 руб.;
- Прибыль до налогообложения за 2020 год: 1 120 000 000 руб.;
- Чистая прибыль за 2020 год: 1 833 000 000 руб.

В качестве прибыли возьмем валовую прибыль, так как маржа валовой прибыли показывает долю каждого рубля продаж, которая может быть направлена на покрытие коммерческих и управленческих расходов.

$$R = \frac{34\,042\,000\,000}{114\,298\,000\,000} * 100\% = 29,78\% \quad (2)$$

Для расчета действительной рентабельности продаж в качестве показатели прибыли возьмем прибыль от продаж, также отметим, что на данный показатель влияют только факторы, связанные с основной деятельностью.

$$R = \frac{3\,265\,000\,000}{114\,298\,000\,000} * 100\% = 2,8\% \quad (3)$$

Рассчитывая показатель рентабельности, где в качестве прибыли мы используем прибыль до налогообложения, мы получаем возможность рассмотреть результаты всей финансово-хозяйственной деятельности организации, влияющей на данный показатель.

$$R = \frac{1\,120\,000\,000}{114\,298\,000\,000} * 100\% = 0,97\% \quad (4)$$

Используя чистую прибыль в расчетах, отметим, что на этот показатель влияют все факторы в том числе система налогообложения.

$$R = \frac{1\,833\,000\,000}{114\,298\,000\,000} * 100\% = 1,6\% \quad (5)$$

На основе полученных результатов можно сделать вывод, что близкий результат получен при сравнении показателей рентабельности показателей организации со средними общероссийскими показателями. Таким образом, финансовое положение ПАО «ВкусВилл» лучше, чем у большинства сопоставимых по масштабу деятельности организаций Российской Федерации, отчетность которых содержится в информационной базе ФНС. Подтверждая на основе расчетов эффективность деятельности предприятия, подтверждается правильность в осуществлении управления финансами: удовлетворение определенных потребностей общества, контроль за рациональным использованием финансовых ресурсов, целесообразное использование финансовых ресурсов.

Библиографический список

1. Большаков С.В. Финансы предприятий. Теория и практика: Учебник. – М.: Книжный мир, 2005.
2. Балабанов И.Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта.- М.: Финансы и статистика, 2006.
3. Вахрин П.И., Нешиной А.С. "Финансы"-3-е изд, доп. и дораб., - М., изд. "Дашков-и-кк", 2003.
4. Ермолович Л.Л. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – Мн.: БГЭУ, 2006.
5. Жариков В.В., Жариков В.Д. Управление финансами: Учебное пособие. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2002.
6. Колчина Н.В. Финансы предприятий: Учебник. – М.: ЮНИТИ, 2004.
7. Ковалева А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г. Финансы фирмы: Учебник. – М.: Инфра-М, 2003.
8. Ковалев В.В. Финансовый анализ: управление капиталом, выбор инвестиций, анализ отчетности. – М.: Финансы и статистика, 2006.
9. Кравченко Л.И. Анализ финансового состояния предприятия. – Мн.: ПКФ "Экаунт", 2006.
10. Попова Р.Р., Самонова И.Н., Доброседова И.И. Финансы предприятий. – СПб.:
11. С.Ф.Федулова Финансы предприятий: учебник / С.Ф. Федулова. – Ижевск, Изд-во Институт экономики и управления, ФГБОУ ВО «УдГУ», 2017– 382 с.
12. Финансы: учебник / Ю. С. Долганова, Н. Ю. Исакова, Н. А. Истомина [и др.] ; Ф59 под общ. ред. канд. экон. наук, доц. Н. Ю. Исаковой ; Мин-во обр. и науки РФ. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. — 336 с.

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ ОЖИДАНИЕ И ЕЕ ПРИМЕНЕНИЕ ПРИ ОЦЕНКЕ РИСКА ПРИ ПОКУПКЕ АКЦИИ

*Степанова Полина Андреевна.
Научный руководитель – Маркушина Анна Александровна,
Старший преподаватель КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Краснодар*

Акция является простейшим инвестиционным решением как для обычного инвестора, так и для компании. Акция — это долевая ценная бумага, то есть не обещает

вам фиксированные выплаты в будущем, а обещает право на получение какой-то части чистого дохода компании в виде дивидендов и части имущества компании в случае ликвидации. Соответственно, если нужно оценить акцию, то следует оценить денежный поток, который идет акционерам компании. Это будут либо дивиденды, либо деньги, которые акционеры получают при операциях выкупа компанией собственных акций или обратного выкупа, потому что компания иногда возвращает деньги акционерам не через дивиденды, а путем выкупа собственных акций на рынке.

Поскольку прибыль компании в реальном мире — случайная величина, а акции — это у нас долевая ценная бумага, то и выплаты акционерам, вообще говоря — это тоже случайная величина. Важно отметить, что акции все рискованные, то есть это фундаментальная особенность инструмента акции, то, что это рискованный инструмент.

Особенность акции заключается в том, что она в наибольшей мере среди всех ценных бумаг несет на себе регулирующие функции в системе общественного воспроизводства. Именно акция в максимальной степени способствует переливу капитала в перспективные и стабильно развивающиеся отрасли экономики из увядающих отраслей и производств.

Регулирующие свойства акции связаны, в первую очередь, с такими ее свойствами, как: ликвидность, потенциал прироста курсовой стоимости и доходность. Ликвидность - способность ценной бумаги к реализации, степень ее обратимости в денежные средства; другими словами - это возможность быстро и без потерь продать ценные бумаги по разумной, реальной рыночной цене. Доходность - это отношение дохода, полученного от ценной бумаги (дивиденда, процента, премии), к инвестициям в нее. Обычно выражается в процентах. Курс - это цена, по которой продаются и покупаются ценные бумаги на фондовом рынке (обычно выражается в денежных единицах).

Для оценки акции необходимо ввести понятие неопределенности риска.

Введем понятие математического ожидания и дисперсии, которое будет необходимо для оценки риска ожидаемого денежного потока.

Предположим, что есть случайная величина X , например, цена акции, которая принимает определенное значение с определенными вероятностями, но при этом не определено заранее. Пусть величина X принимает дискретные значения X_1, X_2, \dots, X_n с соответствующими вероятностями p_1, p_2, \dots, p_n , то математическое ожидание этой случайной величины — это просто взвешенная сумма реализации этой случайной величины, взвешенная с весами, которые равны вероятности. В случае, если случайная величина дискретна:

$$E(X) = p_1 * X_1 + p_2 * X_2 + \dots + p_n * X_n = \sum_{i=1}^n p_i * X_i, \quad (1)$$

Если же случайная величина непрерывна, мы вместо суммы считаем интеграл, при этом используя плотность вероятности.

Посчитать риск при оценке ожидаемого денежного потока можно двумя путями:

- Посчитать безрисковый эквивалент для денежных потоков, применить безрисковую ставку дисконтирования;
- Применить более высокую ставку дисконтирования к ожидаемым денежным потокам, то есть продисконтировать математическое ожидание по более высокой ставке.

На практике используется второй способ, в котором текущую стоимость актива можно посчитать по следующей формуле:

$$PV = \sum_{i=1}^T \frac{E(CF_t)}{(1+r)^t}$$

$$NPV = -I_0 + PV = -I_0 + \sum_{i=1}^T \frac{E(CF_t)}{(1+r)^t}, \quad (2)$$

где $E(CF)$ – это математическое ожидание потока;
 $(1+r)^t$ – это рискованная ставка.

Чтобы найти ставку, необходимо изучить финансовый рынок, найти ценную бумагу с таким же риском, как и рассматриваемый нами проект. Оценив ее ожидаемую доходность, мы получим требуемую доходность для проекта.

Если в качестве денежного потока будем рассматривать доходность от однопериодной инвестиции, которая равна отношению разницы заработанного денежного потока и инвестицией к самой инвестиции, то ожидаемая доходность будет вычисляться следующим образом:

$$E(R) = \frac{E(CF_1) - I_0}{I_0} \quad (3)$$

Дисперсия — степень колеблемости изучаемого показателя по отношению к его средней величине. Дисперсия — сумма квадратов отклонений случайной величины от ее среднего значения, взвешенных на соответствующие вероятности:

$$D(E) = \sigma^2 \sum_{k=1}^n P_k (x_k - M)^2.$$

Размерность дисперсии равна квадрату единицы измерения случайной величины, например $\%^2$.

Анализируя риски, дисперсию необходимо привести к тем же единицам, в каких измеряется случайная величина. Этот показатель называется стандартным (среднеквадратическим) отклонением (СКО).

$$\sigma(E) = \sqrt{D(E)} = \sqrt{\sum_{k=1}^n P_k (x_k - M)^2}.$$

Рассмотрим на конкретном примере применение математического ожидания и дисперсии для оценки риска.

Сравниваются варианты инвестирования, для которых известны возможные значения прибыли X_1, X_2, \dots, X_n , а также вероятности p_1, p_2, \dots, p_n получения данной прибыли соответственно. Для каждого варианта вычислим математическое ожидание, стандартное отклонение прибыли и дисперсию.

Прибыль тыс. ф. ст.	Инвестиция 1			Инвестиция 2		
	p	px	px ²	p	px	px ²
x	p	px	px ²	p	px	px ²

	-3	0	0	0	0,1	-0,3	0,9
	-2	0	0	0	0,1	-0,2	0,4
	-1	0,1	-0,1	0,1	0,1	-0,1	0,1
	0	0,2	0	0	0,1	0	0
	1	0,3	0,3	0,3	0,1	0,1	0,1
	2	0,2	0,4	0,8	0,1	0,2	0,4
	3	0,0	0,6	1,8	0,2	0,6	1,8
	4	0	0	0	0,2	0,8	3,2
го	Все	1,0	1,2	3,0	1,0	1,1	6,9

Инвестиция 1:

$$\sigma = 3,0 - 1,2^2 = 1,56^2 \text{ (тыс ф. ст.)}$$

Следовательно,

$$s = \sqrt{1,56} = 1250 \text{ (ф. ст.)}$$

Инвестиция 2:

$$\sigma = 6,9 - 1,2^2 = 5,69^2 \text{ (тыс ф. ст.)}$$

Следовательно,

$$s = \sqrt{5,69} = 2385 \text{ (ф. ст.)}$$

Таким образом, риск для инвестиции 1 меньше, так как дисперсия прибыли меньше, чем для инвестиции 2.

То, что стандартное отклонение является мерой риска, многими воспринимается как аксиома. Но этот показатель не всегда точно отражает действительность. Ожидаемые доходы, как правило, оцениваются с помощью прошлых доходов. При значительном изменении со временем активов предприятия прогнозы, полученные на основании данных прошлых лет, будут совершенно бесполезными при оценке риска.

Инвесторы при принятии решений ориентируются на ожидаемую доходность инвестиций. При хороших перспективах роста предприятия можно ожидать и высоких доходов. Но высокий доход связан с высоким риском. Поэтому для более детального изучения рисков при покупке акций следует обратить особое внимание на такие факторы, как общее состояние экономики, отрасль экономики и показатели конкретного предприятия.

Библиографический список:

1. Белых Л. П. Основы финансового рынка: Учеб. пособие. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 1999.
2. Голубин А. Ю. Математические модели в теории страхования: Построение и оптимизация. – М.: Анкил, 2003.
3. Кутуков В. Б. Основы финансовой и страховой математики: Методы расчета кредитных, инвестиционных, пенсионных и страховых схем. – М.: Дело, 1998.
4. Рэдхэд К., Хьюс С. Управление финансовыми рисками. – М.: ИНФРАМ, 1996.
5. Фалин Г. И., Фалин А. И. Актуарная математика в задачах: Учеб. пособие. – М.: Физматлит, 2003.

МОДЕЛЬ APV И ЕЕ ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ

Степанова Полина Андреевна

*Научный руководитель – Гарьковенко Вероника Эдуардовна,
Старший преподаватель КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Краснодар*

Метод APV, то есть метод скорректированной приведенной стоимости, используется для оценки проектов и компаний, демонстрирует инвестору преимущества налоговых льгот в результате одного или нескольких налоговых вычетов по процентным платежам или субсидированной ссуде по ставкам ниже рыночных. Метод детерминирует оптимальную структуру капитала, при которой стоимость компании будет максимальной, учитывая при этом выгоды от налогового щита и издержки финансовой неустойчивости. Метод Майеса учитывает чистую приведенную стоимость (NPV), прибавляя к ней приведенную стоимость затрат на долговое финансирование, которые включают в себя процентные налоговые щиты, затраты на выпуск долга, затраты на финансирование проблемы, финансовые субсидии. Данный метод заключается в том, что компания оценивается «по частям»: отдельно оцениваются денежные потоки от операций, отдельно – влияние налогового щита займов, отдельно прочие моменты:

$$APV = NPV + PV_{side\ effects}, \quad (1)$$

где APV – скорректированная приведенная стоимость;

NPV – текущая стоимость инвестиционного проекта или компании;

PVsideeffects – текущая стоимость дополнительных побочных эффектов.

Важно отметить, что при оценке проектов и организаций мы используем именно скорректированную приведенную стоимость вместо чистой приведенной стоимости. Это объясняется тем, как решения о финансировании влияют на стоимость организации. Стоимость проекта, финансируемого за счет заемных средств, может быть выше, чем стоимость проекта, полностью финансируемого за счет долевого участия, поскольку стоимость капитала часто уменьшается с увеличением заемного капитала, превращая некоторые проекты с отрицательной NPV в положительные. Таким образом, согласно правилу NPV, проект может быть отклонен, если он финансируется только за счет собственного капитала, но может быть принят, если он финансируется за счет некоторого долга.

Подход с использованием скорректированной приведенной стоимости учитывает преимущества привлечения долга (например, защиту от уплаты налогов на проценты), чего не дает NPV. Таким образом, анализ APV предпочтительнее для транзакций с высокой долей заемных средств.

Метод скорректированной приведенной стоимости используется в случае необходимости обоснования финансовых решений. В данном случае для расчета APV необходимо разделить денежные потоки на две части. Во-первых, это стоимость нелевериджной компании, то есть недолговой свободный денежный поток (FCF), который дисконтируется на требуемую ставку возврата инвестиций (ROI). Во-вторых, это стоимость девериджной компании, то есть эффекты долгового финансирования, дисконтируемые на стоимость долга (Costofdebt).

$$V_L = V_U + PV_{н.щ} - PV_{и.б.}, \quad (2)$$

где V_L – стоимость леввериджной компании;

V_U – стоимость нелеввериджной компании;

$PV_{н.щ}$ – выгоды налогового щита;

$PV_{и.б.}$ – текущая стоимость издержек банкротства.

Более подробно данную формулу можно расписать так:

$$APV = \sum_{t=0}^n \frac{FCFF_t}{(1+r_E)^t} + \sum_{t=0}^n \frac{T \cdot I}{(1+r_{TS})^t}, \quad (3)$$

где T – ставка налога на прибыль;

I – проценты по займу;

r_{TS} – ставка дисконтирования выгод от налогового щита.

В данном расчете показывается, что при уменьшении долговой нагрузки при прочих равных условиях это приводит к сокращению налоговых щитов и снижению стоимости компании, а также к снижению вероятности финансовых трудностей, а соответственно сокращает ожидаемые издержки банкротства и ведет к увеличению стоимости компании.

Библиографический список

1. Березин, И.С. Маркетинговые исследования. Инструкция по применению. 3-е изд., пер. и доп. / И.С. Березин. — Люберцы: Юрайт, 2020. — 383 с.
2. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. теория и практика 2-е изд., пер. и доп. учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая. — Люберцы: Юрайт, 2016. — 570 с.
3. Герасимов, Б.И. Маркетинговые исследования рынка: Учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.Н. Мозгов. — М.: Форум, 201. — 336 с.
4. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. 4-е изд., перераб. и доп. / Е.П. Голубков. — М.: Финпресс, 2018. — 496 с.
5. Каден, Р.Д. Партизанские маркетинговые исследования / Р.Д. Каден; Пер. с англ. Ю.В. Рябинина. — М.: Эксмо, 201. — 384 с.
6. Каменева, Н.Г. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. — М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2019. — 368 с.

РОЛЬ ЛАТЫНИ В СТАНОВЛЕНИИ СЛОВАРНОГО ЗАПАСА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Степанова Полина Андреевна

Научный руководитель - Еремеева Алена Александровна

к. ф. н. доцент кафедры менеджмента

Краснодарский филиал РЭУ имени Г. В. Плеханова

Английский язык входит в англо-фризскую подгруппу западной группы германской ветви индоевропейской языковой семьи. Современный английский язык в

большей части сформирован под влиянием военных завоеваний и сближения народов. Основные этапы его формирования подразделяются на три периода:

- Древнеанглийский (450-1066 гг.);
- Среднеанглийский (1066-1500 гг.);
- Новоанглийский (с 1500 гг.).

У истоков возникновения английского языка стоит прото-английский язык. С этого момента начинается первая волна влияния латинского языка на английский язык. После завоевания Британских островов около 4 века до нашей эры кельтами, представителями индоевропейских племен, обитающих до этого в Европе, началась череда неудачных завоеваний Британии римлянами. Лишь в 43 году нашей эры при императоре Клавдии, была завоевана южная и центральная части острова. Римское владычество продлилось более трехсот лет (I в. до н.э. – V в. н.э.). За данный временной период Британия стала романизированной – типичной провинцией империи, которая была подчинена наместнику. Успехи колонизации охватывали не только экономическую, политическую и сельскохозяйственную сферы жизни. Помимо налаженных торговых связей, повсеместного строительства домов и дорог, изменения претерпевала культурная сфера: языком образованных городских жителей становилась латынь, вместе с ней начинала появляться письменность. Проникновение латыни в кельтский язык означало заимствование слов, выражений, которые в дальнейшем закрепились в английском языке.

Так как главной миссией римлян было налаживание торговых связей, большинство латинских слов в английский язык пришло именно из торговли, так как предки англосаксов торговали преимущественно с римскими купцами, что повлекло за собой значительное расширение словарного запаса.

Например:

<i>Латинское слово</i>	<i>Английское слово</i>
pondo – мера веса	pound – фунт
moneta – кусочки металла	mint – чеканить
discum – блюдо	dish – блюдо
butyrum – масло	butter – масло
caseus – сыр	cheese – сыр
plante – растение	plant – растение

После падения римской империи и ухода римлян в 407 г. кельты римской Британии были фактически предоставлены самим себе на протяжении полувека, этот период стал началом формирования англосаксонского языка или древнеанглийского.

На первый этап формирования древнеанглийского языка повлияло как переселение кельтов из Европы, диалекты германских племен, так и трехсотлетняя осада южной и центральной частей Британских островов. Под влиянием римлян древнеанглийский язык изначально являлся синтетическим языком, формы слов образовывались путем добавления флексий. В этот период в языке имел относительно свободный порядок расположения членов предложения и словосочетания. Большую функциональную нагрузку по сравнению с современным английским языком имеет глагол, так как личная форма глагола могла создавать предложения без подлежащего [6; с. 239 - 240].

Существовало несколько типов порядка слов в предложении в древнеанглийский период:

1. Прямой порядок слов (subject, predicate, object);
2. Относительно свободный порядок слов (predicate, subject, object);
3. Свободный порядок (object, predicate, subject).

Далее формирование языка начинает происходить под влиянием двух событий:

1. Завоевание Британских островов германскими племенами;

Это означало смешение диалектов, появление рунических текстов – англосаксонских рун.

2. Христианизация в Англии.

В VII веке Англия принимает христианство, которое было принесено монахом Августинном в Британию.

Так как язык церковной службы был латинским, большинство заимствований было именно из этой сферы. Однако, если углубиться в историю, изначально христианство сложилось в восточной части Римской империи, поэтому христианские книги сначала переводили с греческого на латинский, это говорит о том, что большинство слов периода христианизации не было исконно латинскими.

Например:

<i>Латинское слово</i>	<i>Английское слово</i>
presbytes – священник	priest - священник
monachus – монах	monk - монах
candela – свеча	candle – свеча

Эпоха Возрождения, начавшаяся в Англии в период XV-XVI вв. и характеризующаяся быстрым развитием науки и техники, расцветом литературы, музыки, искусства, повлекла за собой заимствования во многих областях: медицина, политика, теология.

Например:

<i>Латинское слово</i>	<i>Английское слово</i>
animal – животное	animal – животное
excursion – экскурсия	excursion – экскурсия
memoria – память	memory – память
optimus – оптимальный	optimum – оптимальный
praeium – премия	bonus – премия

Когда вопрос касается влияния латыни в Новоанглийский период, важно отметить, что влияния на синтаксис со стороны латинского языка не происходило, это было обусловлено развитием единого национального английского языка. Однако если речь идет о заимствованиях, то они уже носили научный характер и проникали в основном письменным путем: через литературу, сочинения, научные доклады. Таким образом, это способствовало максимальному сохранению латинской формы слова в английском языке. Данное суждение можно подтвердить примером, ссылаясь на произведение «Thescholemaster».

Однако, в становлении словарного запаса латынь играла не только роль языка, из которого заимствовались слова и словосочетания. Латинский язык помимо влияния на лексический состав, оказал влияние на развитие синтаксиса. В числе заимствований были аффиксы, внедрение и использование которых способствовала в дальнейшем

значительному пополнению национального фонда словарного запаса английского языка. В английский язык перешли:

1. Латинские суффиксы;
-ment (entertainment, amazement, statement);
-ty, ity (loyalty, royalty);
-ation (civilization, liberation, modification);
-anct (appearance);
-al (uprisal);
-ancy (trenchancy);
-ary (fractionary).
2. Латинские префиксы.
 - 1) Отрицательные;
de-, a-, in-, dis-, ex-, non-, un-, counter-
 - 2) Обозначающие число;
demi-, multi-, bi-
 - 3) Обозначающие время;
post-, pre-, ante-, pre
 - 4) Обозначающие размер;
mini-, micro-, macro-, mega-
 - 5) Обозначающие место;
supra-, sub-, mid
 - 6) Обозначающие степень качества.
extra-, over-, under-

Так как Древнеанглийский период являлся временем широкого заимствования латинских слов, латинский язык играл роль некоего идеала и образца, а сам английский не имел четкой структуры в плане синтаксиса и грамматики, то будет наиболее полезно проследить череду заимствований, отталкиваясь от древнейшей летописи Англии «TheAnglo-SaxonChronicle».

Это сборник из семи сохранившихся взаимосвязанных рукописных записей, который является основным источником для ранней истории Англии. Повествование было впервые собрано во время правления короля Альфреда (871–899) из материалов, которые включали в себя некоторые воплощения всемирной истории: генеалогии, царские и епископальные списки, несколько северных летописей и, возможно, некоторые наборы из более ранних западносаксонских летописей. Существует всего 7 версий (копий) данной летописи.

Исследуемый текст демонстрирует влияния латинского языка на английский:

Brittane - Britain
mila – miles
fif – five
coman – came
chronicles – chronika
augustus – august
straet – strata

На данный момент словарный запас современного английского языка имеет многовековую историю его формирования и постоянных изменений как в синтаксисе, так

и в словообразовании. На формирование лексики в большей степени оказало влияние языков тех стран, с которыми велись торговые связи, а затем зарубежные научные труды, но несмотря на ряд заимствований во многих сферах жизни, английский не потерял своей идентичности, а наоборот, развивался как единый национальный язык Англии.

Библиографический список

1. Англосаксонская хроника. Пер. с др.-англ. Метлицкой З.Ю. -СПб.: Евразия, 2010 - 288 с.
2. Альберт Бо, Томас Кейбл «История английского языка»
3. Англо-русский лингвострановедческий словарь // Americana, 1993. 1570 с.
4. Амосова, П. Н. Этимологические основы словарного состава современного английского языка / П. Н. Амосова. – М. : Издательство литературы на иностранных языках, 1956. – 218 с.
5. Арнольд, И. В. Лексикология современного английского языка : учеб. пособие / И. В. Арнольд. – 2-е изд., перераб. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. – 376 с.
6. Войнова Е.А. /Лексикология современного английского языка/ - Москва, 1991.
7. Ярцева В.Н. «Исторический синтаксис английского языка». – М., 1961
8. The Anglo-Saxon Chronicle Part 1: A.D. 1 – 748
9. Modern English Lexicology. // Moscow: Moscow external university of humanities, 1996. 360 p.

АВТОМАТИЗИРОВАННЫЙ МАРКЕТИНГ

*Живтяк Мария Геннадьевна
Научный руководитель - Приходько Карина Согомоновна,
к. э. н. доцент кафедры экономики и управления
КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Краснодар*

Автоматизация маркетинга - это использование программного обеспечения для автоматизации маркетинговых мероприятий. Многие отделы маркетинга автоматизируют повторяющиеся задачи, такие как электронный маркетинг, размещение в социальных сетях и даже рекламные кампании - не только ради эффективности, но и для того, чтобы предоставить своим клиентам более персонализированный опыт. Технология автоматизации маркетинга облегчает эти задачи.

Автоматизация маркетинга - это сочетание программного обеспечения и стратегии. Это должно позволить развивать потенциальных клиентов с помощью персонализированного и полезного контента, который помогает преобразовать потенциальных клиентов в восторженных клиентов. Клиенты - это не просто результат успешной автоматизации маркетинга. Они должны быть в центре всего, что вы делаете, а это значит, что автоматизация маркетинга должна продолжать играть важную роль в ваших отношениях с ними.

Вот почему самые успешные стратегии автоматизации маркетинга не считают клиентов запоздалой мыслью в конце традиционной воронки. Вместо этого клиенты должны быть в центре маховика, который становится более эффективным, когда вы добавляете усилие к этому маховику и уменьшаете точки трения клиента.

Из-за популярности системы автоматизации маркетинга возникло неправильное представление о том, что программное обеспечение для автоматизации маркетинга может помочь избежать замедления роста маркетинга, включая необходимость привлечения новых клиентов. Это заблуждение оставляет у многих маркетологов сложные инструменты для автоматизации середины их воронки, но, во-первых, не существует решения для генерации новых идей для развития.

Многие маркетологи также продолжают думать об автоматизации маркетинга в контексте воронки, а не маховика. Создайте потенциальных клиентов, поместите их в автоматизированную очередь электронной почты и передайте сборщики данных в отдел продаж. Это создает разрозненный опыт для потенциальных клиентов и клиентов при переходе от маркетинга к продажам и обслуживанию клиентов. Вместо создания контекстного, эффективного опыта, основанного на потребностях каждого человека, автоматизация маркетинга становится способом заставить людей пройти через воронку с произвольными точками контакта и нерелевантным контентом. Когда автоматизация маркетинга работает в такой ситуации, как это, возникают проблемы, которые мешают продуктивным долгосрочным отношениям с клиентами.

Инструменты автоматизации маркетинга остаются горячей темой для маркетинговых команд, и для этого есть все основания. Согласно данным, собранным Emailmonday, 49% компаний в настоящее время используют автоматизацию в качестве части своей маркетинговой стратегии, при этом процентное соотношение составляет до 55% для B2B. Поэтому неудивительно, что внедрение автоматизации маркетинга продолжает расти, и ожидается, что к 2023 году он превысит 25 миллиардов долларов, согласно Forrester. Для сравнения: в 2017 году расходы на автоматизацию маркетинга составили всего 11,4 миллиарда долларов.

В дополнение к очевидному финансовому эффекту маркетологи говорят, что самое большое преимущество автоматизации - это экономия времени. Эти преимущества будут только усиливаться в ближайшие годы, так как 67% лидеров маркетинга в настоящее время используют платформу автоматизации маркетинга и еще 21% планируют внедрить ее в ближайшие два года.

Вкратце, вот некоторые из наиболее мощных преимуществ автоматизации маркетинга, которые могут ожидать предприятия:

1. Увеличение количества квалифицированных клиентов по более низкой цене за лидерство
2. Улучшение удержания клиентов и отношений
3. Улучшенное выравнивание маркетинга и продаж
4. Продемонстрированная сила в маркетинге ROI
5. Помимо данных - автоматизация улучшает отношения

Некоторые косвенные преимущества автоматизации маркетинга, которые мы наблюдаем у клиентов, распространяются на их корпоративную культуру и отношения в команде. Например, специалисты по продажам узнают, насколько выгоднее работать с высококвалифицированными специалистами, чем с холодными звонками из низкокачественных списков.

Автоматизация маркетинга обещает большие вещи; больше лидов, конверсий и продаж, все с меньшим количеством работы. В компаниях, использующих

автоматизацию, увеличились потенциальные клиенты и продажи, что привело к росту производительности на 14% и сокращению накладных расходов на маркетинг на 12%.

Для специалистов по маркетингу автоматизация предлагает прекрасную возможность для повышения эффективности, снижения затрат и повышения качества обслуживания клиентов.

Это создает два явных преимущества. Во-первых, это гарантирует, что это критическое сообщение было отправлено своевременно, а во-вторых, оно не требует от компании дополнительной информации.

Прежде чем внедрять автоматизированные маркетинговые процессы, важно установить рабочий процесс. Это позволяет команде подготовиться к новым процессам и гарантирует, что автоматизация даст наилучшие результаты для бренда. Есть четыре основных шага:

1. Определить правильные задачи: Ищите наиболее повторяющиеся маркетинговые задачи вашей команды. Именно здесь вы найдете самые большие выгоды от автоматизации. Простая автоматизация ответных электронных писем может существенно снизить административную нагрузку на команду. Распланировать все свои текущие маркетинговые задачи и выбирать те, которые требуют много времени и совместимы с автоматизацией.

2. Выбрать соответствующее программное обеспечение для автоматизации: Существует множество вариантов, когда речь идет о программном обеспечении автоматизации. Фильтрация лучших из них может быть проблемой - особенно при запуске.

3. Тренировка команды: Хотя автоматизация немедленно делает маркетинг более эффективным, внедрение нового программного обеспечения и процессов требует инвестиций в обучение для соответствующих штат сотрудников.

4. Оценка эффективности автоматизации: Внедрение автоматизации не конец истории. Рекомендуется периодически проверять, что работает хорошо, что можно улучшить, и влияние автоматизации на ключевые показатели.

Есть много преимуществ от автоматизации. Большая эффективность, экономия затрат, повышение производительности, более глубокие аналитические данные и лучшая поддержка клиентов; Все эти преимущества неотразимы для профессионалов маркетинга.

Библиографический список

1. Березин, И.С. Маркетинговые исследования. Инструкция по применению. 3-е изд., пер. и доп. / И.С. Березин. — Люберцы: Юрайт, 2020. — 383 с.
2. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. теория и практика 2-е изд., пер. и доп. учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая. — Люберцы: Юрайт, 2016. — 570 с.
3. Герасимов, Б.И. Маркетинговые исследования рынка: Учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.Н. Мозгов. — М.: Форум, 201. — 336 с.
4. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. 4-е изд., перераб. и доп. / Е.П. Голубков. — М.: Финпресс, 2018. — 496 с.
5. Каден, Р.Д. Партизанские маркетинговые исследования / Р.Д. Каден; Пер. с англ. Ю.В. Рябинина. — М.: Эксмо, 201. — 384 с.
6. Каменева, Н.Г. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. — М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2019. — 368 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ РИСКОВ СОВРЕМЕННЫХ ПРОЕКТОВ

Живтяк Мария Геннадьевна

Научный руководитель - Жабин Василий Владимирович,

к. э. н. доцент кафедры мировой экономики и менеджмента

КУБГУ, г. Краснодар

Проекты всегда несут риск. PMI определяет риск проекта как: «событие или условие, которое, если оно происходит, оказывает влияние на цели проекта». Истинный риск проекта всегда несет в себе неопределенность, которую можно и нужно просчитывать перед началом реализации проекта. В данной статье.

Многие менеджеры и руководители говорят о том, что для управления проектом, достаточно управлять его рисками. Действительно, всю работу многих проектов можно свести к одному — борьба с рисками, которые могут помешать проекту завершиться в срок, в бюджет и с необходимым уровнем качества. Если, по какой-то причине, рисков в проекте нет, то нет и предмета работы проекта. Но проектов без рисков, наверное, не существует в природе и с ними так или иначе приходится работать.

Отраслевые показатели выполнения сложных проектов по-прежнему остаются проблемой, и в целом, разочарованием. Несмотря на многочисленные достижения в управлении проектами, развитии методов и растущий объем знаний по управлению программами, общий уровень успешных, оспариваемых и откровенных неудач проекта не претерпел существенных изменений последние 15 лет. Однако стоимость неудачи возросла. Анализ EY показывает, что примерно [4, с.54].

Ежегодно 682 млрд. долл. США тратится на реализацию проектов по всему миру. Однако значительная сумма затрат на проект не спасает от нереализованных планов и «выгорания» команды. Поскольку большинство проектов выполняется для удовлетворения стратегических целей организации, это неспособность раскрыть весь потенциал задуманного.

Направленность затрат и графиков проектов на соответствие минимальным критериям приемлемости краткосрочным выгодам. Успех проекта необходимо рассматривать в более широкой перспективе; понять степень успеха проекта (или более крупной программы) в успехе бизнеса и в доверии клиентов организации. Также есть необходимость понимать, как успех проекта повлияет на команду и как это повлияет на подготовку организации к будущему.

Основываясь на опыте анализа EY по обзору сотен проектов в различных отраслях, мы нашли последовательные темы, которые приводят к снижению производительности:

1. Компании не адаптируют индивидуальный подход к проекту, управление, контроль, процессы и инструменты для учета сложности проекта.
2. Симптомы проблем проекта рассматриваются вместо определения первопричин.
3. Проекты не учитывают остаточные риски, прогнозные риски и дискретные риски, тем самым искажая общую картину рисков проекта.
4. Организации предполагают, что более крупные и сложные проекты могут выполняться аналогичным образом к меньшим, менее сложным проектам, которые были успешны в прошлом.

Даже самый тщательно спланированный проект может столкнуться с проблемами. Независимо от того, насколько хорошо вы планируете, ваш проект всегда может столкнуться с неожиданными проблемами. Члены команды болеют или уходят, ресурсы, от которых вы зависели, оказываются недоступными, даже погода может привести вас в замешательство[3, с.5].

Риск - это любое неопределенное событие или условие, которое может повлиять на ваш проект. Не все риски отрицательны. Некоторые события (например, поиск более простого способа выполнения задания) или условия (например, более низкие цены на определенные материалы) могут помочь вашему проекту. Когда это происходит, мы называем это возможностью; но это все еще обрабатывается как риск.

Организации должны быть в состоянии понять природу и потенциальное воздействие, которое рискуют иметь на проект, а затем, самое главное, использовать эту информацию[5, с.33].

Существуют проектные группы, которые могут идентифицировать известные риски (называемые дискретными рисками), но очень немногие организации понимают, что в каждом проекте, эти неотъемлемые риски часто остаются неизвестными для команды до поздней фазы проекта, когда меры по смягчению являются самыми дорогостоящими и имеют наибольшее негативное влияние на планы и цели проекта. Есть ключевые точки перегиба, где небольшие изменения по сложности оказывают усиленное влияние на риск. Другими словами, больше и сложнее программы экспоненциально более рискованны, чем небольшие программы, и ими нельзя управлять аналогичным образом[3, с.67].

Manning Salvage & Lee. Агентство по ценообразованию (создано в 1938 году и имеет представительства в Северной и Южной Америке, Европе, Азии, на Ближнем Востоке) в оценке рисков своих проектов использует простой математический алгоритм: Две переменных (фактора), цена (P) и объем (Q) проданной продукции, данные приведены в таблице 1 [2, с.78].

Таблица 1- расчет вероятности риска

Фактор	Вероятность, %	Значение, долл.
Цена	(P1)=60	10.00
	(P2)=40	20.00
Объем	(Q1)=60	100 ед.
	(Q2)=40	200 ед.

Посчитаем выручку как произведение цены на объем для различных комбинаций переменных, представленных ниже в таблице-2:

Таблица- 2 расчет показателей вероятности на примере.

Выручка (Цена x Объем)	Вероятность, %	Значение, долл.
P1xQ1		1000
P1xQ2	24	2000

P2xQ1	24	2000
P2xQ2	16	4000

Выручка, равная \$2000 с вероятностью 48 %, полученная в комбинациях (P1xQ2) и (P2xQ1), является в этом примере наиболее вероятной, а не выручка в \$1000 с вероятностью 36%, получаемая при наиболее вероятных оценках цены и объема (т.е. P1xQ1).

Таким образом, представленный пример показывает, что если исследователь абстрагируется от неопределенности и выберет наиболее вероятные значения переменных (факторов), то на выходе значение резульативного показателя, являющегося функцией этих факторов, совсем не обязательно будет наиболее вероятным, и это может привести к ошибочным выводам и решениям[1, с.65].

Процессы управления проектами, команда и поставщики для сложности проекта. Каждый из этих областей должны быть рассмотрены, чтобы определить, вводятся ли риски в проект из-за плохой адаптации или если риски снижаются из-за эффективной адаптации [2, с. 16].

После проведения анализа рисков по схеме на рисунке 1 показал следующее. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия ОАО «Магнит» показал: что темпы роста выручки выше, чем темпы роста себестоимости, что свидетельствует об эффективной деятельности предприятия. Чистая прибыль имеет положительный рост (168,97%) в основном за счёт прочих доходов, темп роста которых составил 1395,93%. Анализ показателей ликвидности предприятия ОАО «Магнит» показал: что на конец отчетного периода ктравен 3,09, что выше нормативного значения, это свидетельствует о нерациональном и неэффективном использовании собственных средств. Пример расчетов приведен ниже на рисунке-1 [3, с.54].



Рисунок 1 - Построение расчета рисков

Привлекательность инвестиционного проекта может быть оценена по большому числу факторов и критериев: ситуации на рынке инвестиций, состоянию финансового рынка, профессиональным интересам и навыкам инвестора, финансовой состоятельности проекта, геополитическому фактору и т.д. Однако на практике существуют универсальные методы инвестиционной привлекательности проектов, которые дают формальный ответ: выгодно или невыгодно вкладывать деньги в данный проект; какой проект предпочесть при выборе из нескольких вариантов, – простые и дисконтированные[4, с. 53].

Внутренняя норма доходности, при которой инвестиционные расходы будут возмещены полностью, равна 27,34 % ($IRR = 27,34\%$), а ставка дисконтирования равна 27,2 % ($r = 27,2\%$). Дисконтированный срок окупаемости (DBP). 2 58 Данный показатель характеризует период, по окончании которого первоначальные инвестиции покрываются дисконтированными доходами от осуществления проекта. Главное отличие от простой формулы срока окупаемости – это дисконтирование денежных потоков и приведение будущих денежных поступлений к текущему времени. Проект по созданию ООО «KFC» по всем показателям инвестиционного анализа является прибыльным, рентабельным и может быть реализован[3, с.25].

Риск-менеджмент становится частью процесса принятия управленческих решений в условиях неопределенности [2, с. 15], поэтому для повышения результативности и эффективности таких решений необходимо углублять знания и совершенствовать деловые

качества в области управления рисками. Для обобщения сведений о принципах и подходах управления рисками, представленных в большом количестве стандартов, автор предлагает использовать модель в виде семантической сети, которая отражает структуру основных понятий этой предметной области.

По причине возникновения риск выступает как следствие, он вызван неопределенностью будущего. Процесс управления риском может быть разбит на шесть стадий: определение цели, выяснения риска, оценки риска, выбора методов управления риском, применения выбранного метода, оценки результатов. При этом оценка риска является важнейшей составляющей общей системы управления риском, которая стала необходимой современным компаниям. Поэтому каждому бизнесу необходимо производить расчет рискованности своих проектов, чтобы избежать ненужных затрат и ошибок.

Библиографический список

1. Есерина О.И. Эффективное антикризисное управление № 6 (99)Журнал: Экономикс О.И. 2016 - 54с.
2. Ефремова Т.А. Проектирование и управление проектами. Учебное пособие Экономика и управление 2017 – 25 с.
3. Задейко В.А. Основы реализации проектов. Антикризисное управление. В 2 ч. Часть 2 2-е изд2017 – 67 с.
4. Охотский Е.В. Теория и механизмы современного государственного управления в 2 ч. Часть 2 3-е изд. 2017 - 73с.
5. Козловская С.А. Государственная политика и конкурентная позиция организации. В сборнике: Повышение управленческого, экономического, социального и инновационно-технического потенциала предприятий, отраслей и народнохозяйственных комплексов сборник статей X научно-практической конференции. Пенза, 2019. С. 116-119.
6. Оценка рисков проекта по данным: <http://elib.spbstu.ru/dl/2/v17-5941.pdf/download/v17-5941.pdf>

ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ И ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РАБОТЫ С ОБРАЩЕНИЯМИ ГРАЖДАН (ДЕЛОПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ АСПЕКТ)

*Марцинковская Валерия Дмитриевна
Научный руководитель – Екатерина Валериевна Голубцова, преподаватель
ХГУ им. Н.Ф. Катанова, колледж педагогического образования,
информатики и права, г. Абакан*

Обращение – это неотъемлемое право каждого гражданина Российской Федерации, которое представляет собой средство осуществления и охраны прав и свобод всех граждан.

В деятельности учреждений занимает важное место работа с обращениями граждан, следовательно, построение качественной работы с данным видом документов способствует удовлетворению нужд и запросов общества, а значит, является актуальным.

Институт обращений граждан имеет достаточно широкую правовую регламентацию.

Правовой основой института обращений граждан является Конституция Российской Федерации, принятая всенародным голосованием 12 декабря 1993 года с изменениями, одобренной в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 года, именно она гарантирует гражданам России право обращаться лично, а также направлять индивидуальные и коллективные обращения в государственные органы и органы местного самоуправления [1, Ст. 30. с. 9].

Правоотношения в сфере обращения граждан регулируется Федеральным законом от 02.05.2006 № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» [2, Ст. 2].

В п. 1. ст. 4 Федеральным законом от 02.05.2006 № 59-ФЗ дается следующее определение: «Обращение граждан – направление в государственный орган, орган местного самоуправления или должностному лицу письменное предложение, заявление, жалоба, а также устное обращение гражданина в государственный орган, орган местного самоуправления и к должностному лицу» [2. Ст. 4].

В законе закреплены три вида обращений: предложение, заявление и жалоба и даны им определения, так с заявлением, к примеру, в государственный орган может обратиться гражданин, нуждающийся в финансовой поддержке на дорогостоящее лечение ребенка и т.п. [3. с. 11].

При рассмотрении жалобы в административном порядке должностное лицо, принимая решение по жалобе на акты управления, проверяет их не только на соответствие требованиям законности, но и целесообразности. При рассмотрении жалобы в судебном порядке судья проверяет их только на соответствие требованиям законности.

В специальных нормативно-правовых актах, законодательстве субъектов и на практике предусмотрены следующие виды обращений: петиция и ходатайство [3. с. 12].

По форме подачи обращения бывают: в устной, письменной и электронной форме, а также по числу лиц, направивших обращение: единоличные и коллективные [2. Ст. 4].

Изучая нормативные акты, регламентирующие деятельность, связанную с обращениями граждан мы отмечаем, что процесс работы с ними является неотъемлемой частью делопроизводства государственных органов, органов местного самоуправления и организации.

Делопроизводство по обращениям граждан долгое время велось в соответствии с законодательной и нормативной базой советского периода. К проблеме регулирования порядка работы с обращениями граждан вернулись во второй половине 2000 гг. [4].

Начиная с 2005 г. был издан ряд федеральных законов и постановлений Правительства, касающихся в той или иной степени проблемы работы с обращениями граждан. В статье они рассматриваются в хронологическом порядке.

Постановление Правительства РФ от 19.01.2005 № 30 «О Типовом регламенте взаимодействия федеральных органов исполнительной власти» установило, что в регламенты федерального органа исполнительной власти нужно включать раздел, определяющий порядок работы с обращениями граждан и организаций. В редакции этого постановления от 15.10.2007 № 675 в пп. 11.5 и 11.6 впервые в правовом поле Российской Федерации уделено внимание порядку рассмотрения обращений граждан и срокам их исполнения федеральными органами исполнительной власти, что позднее нашло отражение в других законах и правовых актах.

Важная роль в организации работы и делопроизводства по обращениям граждан принадлежит и Типовому регламенту внутренней организации федеральных органов исполнительной власти (утв. постановлением Правительства РФ от 28.07.2005 № 452). В нем подробно описан порядок проведения аналитической работы по обращениям граждан. Каждому федеральному органу исполнительной власти, в соответствии с Типовым регламентом, было предписано разработать свой регламент.

Требования к административным регламентам установлены постановлением Правительства РФ от 11.11.2005 № 679 «О порядке разработки и утверждения административных регламентов исполнения государственных функций (предоставления государственных услуг)» в ред. от 02.10.2009 № 779.

В 2006 г. вышли три закона, которые оказали влияние на порядок работы с обращениями граждан. 27 июля 2006 г. был принят Федеральный закон № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», который представил информацию как объект правоотношений, уточнив, что наряду с юридическим лицом (Российская Федерация, субъект Российской Федерации, муниципальное образование) обладателем информации может быть гражданин (физическое лицо). Этот закон интересен и тем, что в нем даны определения понятий, необходимых для установления порядка работы с обращениями граждан. В тот же день был издан и Федеральный закон № 152-ФЗ «О персональных данных», в котором декларировалась неприкосновенность частной жизни, недопустимость сбора, хранения, использования и распространения информации о частной жизни гражданина без его согласия, также перечислялись меры по обеспечению защиты персональных данных гражданина при их обработке.

В соответствии с действующим законодательством, мы можем выделить нескольких этапов организации работы с письменными и электронными обращениями граждан:

Первый этап – первичная экспедиционная обработка, в ходе которой проверяется правильность адресования (письма, поступившие не по адресу, возвращаются на почту), целостность конверта (при нарушении целостности составляется акт); после вскрытия конверта проверяется наличие необходимых приложений, если они указаны в письме. Конверты не уничтожаются, так как дата в почтовом штемпеле может являться единственным указателем на время поступления документа в организацию. Кроме того, адрес автора обращения, по которому предстоит дать ответ, обычно указывают лишь на конверте. После окончания работы по обращению конверт вместе с ответом подшивается в дело [4].

К обращениям могут быть приложены различные справочные материалы в подлинниках или копиях. Они должны быть скреплены вместе с обращением.

Второй этап – после первичной обработки все обращения передаются на регистрацию, которая ведется по единой форме в порядке, установленном типовым положением: журнальная, карточная или автоматизированная регистрация этой категории документов помимо общих задач регистрации - учет, контроль и справочная работа – является также юридическим свидетельством того, что они приняты к рассмотрению в данном учреждении.

Прежде чем заполнить регистрационную форму, нужно проверить, не является ли данное обращение повторным. Повторным считается обращение, поступившее от одного

и того же лица по одному и тому же вопросу, если со времени подачи первого предложения, заявления или жалобы истек установленный законодательством срок их рассмотрения либо заявитель не был удовлетворен данным по первому обращению ответом. При регистрации повторного обращения в регистрационную форму (карточку, журнал) вносятся регистрационный номер и дата первичного обращения. На повторном обращении в правом верхнем углу и в регистрационной форме проставляется отметка «Повторно» [5].

Третий этап – процесс рассмотрения обращений граждан подлежит обязательному контролю. Сроки исполнения обращений граждан установлены соответствующим нормативным документом и зависят от сложности поставленных в них вопросов.

Письма граждан, направленные в государственные органы, на предприятия, в учреждения, организации, различным адресатам, содержащие требование сообщить им результаты рассмотрения, берутся на особый контроль. На всех экземплярах регистрационно-контрольных карточек и на самих документах проставляется отметка о контроле. Все перемещения контролируемых обращений граждан отмечаются в регистрационной карточке. Обращение снимается с контроля только после того, как рассмотрены все поставленные в нем вопросы, приняты необходимые меры и даны исчерпывающие ответы в соответствии с действующим законодательством, о чем делается отметка в регистрационной форме. Решение о снятии с контроля принимает руководитель или другое должностное лицо, ответственное за рассмотрение обращения.

Когда руководитель сразу в процессе рассмотрения документа может решить поставленный в нем вопрос, оно отражает свое решение в резолюции, которая является по существу ответом. На ее основе составляется ответное письмо заявителю. Специалист рассматривает обращение, выносит резолюцию и формирует поручения по нему. Поручения направляются соответствующим сотрудникам по типовым маршрутам. Это обеспечивает прохождение рассмотрения обращений в строго определенной последовательности (задается для каждой категории обращений) с контролем сроков [5].

Четвертый этап – Если обращение содержит вопрос, решение которого не входит в компетенцию данного госучреждения, оно перенаправляется в другое учреждение. При этом обращение может быть взято на контроль либо закрыто, о чем извещается заявитель.

Кроме того, специалист может принять решение об отказе в принятии обращения в работу, при этом обращение закрывается и заявителю отправляется ответ с обоснованием отказа.

Сроки исполнения обращений определяются в зависимости от сложности поставленных в них вопросов. Установлен как максимальный месячный срок разрешения жалоб, заявлений и предложений во всех органах. Заявления и жалобы, не требующие дополнительного изучения и проверки, разрешаются безотлагательно, но не позднее 15 дней со дня поступления [4].

Пятый этап – в тех случаях, когда для принятия решений по жалобе или заявлению необходимо проведение специальной проверки и требование дополнительных материалов, разрешено, в порядке исключения, продление сроков не более чем на один месяц с сообщением об этом лицу, подавшему заявление или жалобу.

Все работы исполнителей по обращению фиксируются в карточке обращения. С карточкой также связываются документы, появившиеся в процессе исполнения: например, данные о выезде на место, письмо с запросом информации из сторонней

организации и другие. Это позволяет в любой момент времени оперативно получить доступ ко всему набору документов, связанных с данным обращением. При этом обеспечивается конфиденциальность и сохранность всей информации [4].

Шестой этап – результаты решения вопроса, поставленного в обращении, сообщаются заявителю. Ответы должны быть исчерпывающими, соответствующими действующему законодательству. В ответе на обращение указываются, почтовый адрес управления, адрес электронной почты, а также реквизиты ответа на запрос (регистрационный номер и дата). Когда все исполнители выполнят необходимые работы, ответственный специалист формирует единый отчет и отправляет обращение регистратору, который отправляет ответ корреспонденту. При закрытии обращения в карточку автоматически заносится фактический срок закрытия. При необходимости, с помощью отчета о просроченных поручениях можно будет определить закрытые не в срок обращения.

После исполнения всех поручений ответственный специалист оформляет ответ заявителю и отправляет его. На каждом документе после окончательного решения и исполнения делается надпись «В ДЕЛО» и ставится личная подпись должностного лица, принявшего это решение [5].

При подаче электронного обращения, гражданин заполняет на сайте госучреждения специализированную форму для подачи обращения и отправляет его на рассмотрение. При необходимости к тексту обращения может быть приложен электронный документ, который гражданин желает привести в качестве дополнения, доказательства, жалобы и т.д. Либо, в случае, если на официальном сайте учреждения или организации нет услуги подачи электронного обращения граждан, гражданин может направить обращение на адрес электронной почты указанный на сайте, приложив также в качестве дополнения документы [2, Ст. 10].

Таким образом, обращение граждан представляет собой предложение, жалобу или заявление в форме электронного документа, в письменной или устной форме, направленные должностному лицу, а также в орган местного самоуправления или государственный орган. Правовой основой организации работы с обращениями граждан можно считать Федеральный Закон Российской Федерации от 02.05.2006 № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации».

В области ведения делопроизводства по обращениям граждан законодательно установлены: порядок рассмотрения письменных и устных обращений граждан, сроки их рассмотрения или сроки передачи компетентным органам, методика и необходимость анализа обращений. Гражданам предоставлена возможность посылать свои обращения и получать ответы на них в электронной форме, что преимущественно для большого потока обращений для экономной и рациональной работы, что вследствие позволяет произвести качественную работу с обращениями граждан.

Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации. – Новосибирск, 2022. – 48 с.
2. Федеральный закон от 02.05.2006 № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_59999/ (дата обращения 30.01.2022).
3. Надыгина, Е. В. Инновационные подходы к преподаванию дисциплины «Обращения граждан в Российской Федерации»: учебное пособие. – Н. Новгород: 2012. – 51 с.

4. Вялова, Л. М. Нормативное обеспечение делопроизводства по обращениям граждан. Типовые регламенты и федеральные законы. URL: <https://www.sekretariat.ru/article/210358-qqe-16-m5-zakonodatelnoe-i-pravovoe-regulirovanie-raboty>
5. Правила делопроизводства в федеральных органах исполнительной власти (утв. постановлением Правительства РФ от 15.06.2009 № 477) URL: <https://www.sekretariat.ru/article/210358-qqe-16-m5-zakonodatelnoe-i-pravovoe-regulirovanie-raboty> (дата обращения 30.01.2022).

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЫ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Живтяк Мария Геннадьевна
Научный руководитель - Еремеева Алена Александровна,
к. фил. н. доцент кафедры бухгалтерского учета и анализа
КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Краснодар

В настоящее время реклама играет важную роль в повседневной жизни. Она аккомпанирует нам повсюду: на телевидении, на радио, в прессе, в общественном транспорте, на фасадах зданий и сооружений и даже на одежде.

Реклама – это двигатель успеха, а хорошая реклама – это возможность для компаний стать лучшими на международном рынке.

Понятие «слоган» (sluagh-ghairm) восходит к галльскому языку и означает «боевой клич». Хороший рекламный слоган является своего рода призывом, цель которого — пленить покупателя, повергнуть его в бегство за тем или иным товаром и тем самым уничтожить всех потенциальных конкурентов. Современный маркетинг намного сложнее, поэтому одностороннее восприятие понятия «хороший слоган» является частой причиной неудач в продвижении товара.

По мнению исследователей, слоган - это «ударный инструмент рекламы. Он должен нести в себе рекламную идею, говорить о предмете рекламы что-то важное. И к тому же выражать не просто рекламную идею одного из объявлений фирмы, а ключевую идею целой рекламной кампании и вообще всей маркетинговой политики фирмы» (А.С. Кармин). Этот ряд содержательных требований формируется исходя из психологических установок рекламы.

Советский филолог О.А. Феофанов разделяет слоганы на три категории: «слоган фирмы, слоган рекламной кампании и слоган, связанный с предложением определенного товара или услуги»

Один и тот же слоган воспроизводится в любой рекламе фирмы. Слоган, как и логотип, служит в течение некоторого времени и становится своеобразным «опознавательным знаком» фирмы. Также слоган может отражать уникальность объекта рекламы и специфику предложения рекламодателя, передавая таким образом ключевое сообщение рекламодателя и способствуя передачи его концепции позиционирования.

Эффективный, и поэтому эффективный, запоминающийся слоган абсолютно соответствует задачам маркетинга. В. Кеворков пишет, что «эффективный слоган стимулирует потребителя к желаемому действию и/или ассоциативной сопричастности

бренду. Удачный слоган становится ключевым элементом рекламной компаний бренда. Он поддерживает в сознании целевой группы потребителей ту мотивирующую идею, которая была заложена в бренде».

«Эффективный слоган обязательно содержит средства выражения личностного начала» как на лексическом, так и на грамматическом уровне, - отмечает А.Д. Кривоносов. По его мнению, в слогане должны использоваться элементарные предикативные коммуникативные модели - простые предложения: любые осложненные синтаксические конструкции сразу же делают слоган «потенциальным аутсайдером в запоминаемости».

Хороший слоган можно без преувеличения назвать художественным произведением, причем не только в плане дизайна. Он становится самостоятельным сообщением, которое может существовать изолированно, поскольку включает в себе свернутое содержание рекламной кампании.

Все свойства и принципы построения, использования и последующей оценки слогана предусматривают резюмирующую роль данного элемента — даже тогда, когда слоган дается лишь в совокупности с именем торговой марки и, соответственно, подлежит более строгой оценке.

Многое зависит от тех компонентов, которые лежат в основе двух важнейших параметров общей ценности слогана.

Маркетинговая ценность слогана заключается в содержащейся в нем информации об объекте рекламы — торговой марке или организации. Это актуальная, правдивая и убедительная информация о наиболее значимых их характеристиках. При определении важной маркетинговой информации следует быть особенно внимательными, так как ее место может занять выигрышное художественное решение, а отнюдь не функциональное преимущество. Только выделив важную информацию, можно приступить ко второй части работы над слоганом — приданию ему художественной ценности.

Художественная ценность рекламной фразы заключается в тех художественных приемах, которые автор применил при ее создании. В условиях, когда два, три и более сообщений в рекламе конкурирующих торговых марок содержат одинаково важную и полезную для потребителя информацию, удачное художественное решение делает слоган более запоминающимся, легким для восприятия.

Помимо маркетинговых и художественных параметров можно назвать составляющие, вложенные в слоган самим автором, и те, что представляют собой результат влияния окружающей рекламной среды (сопоставление с предыдущими рекламными материалами по той же торговой марке; фон, создаваемый слоганами и рекламными концепциями конкурентами, и т.п.).

Так, в современном мире в условиях высокой конкуренции рекламный слоган компании является хорошей возможностью для привлечения внимания потенциального покупателя, стимулирования покупки товара или услуги, так как передает в яркой, символической форме основную идею рекламной кампании. Рекламный слоган является важной составляющей фирменного стиля, рекламной и PR- политики. Каждый слоган должен быть индивидуален и привлекать потребителя, заинтересовывать его.

Если мы обратимся к истории происхождения слова слоган, то выясним, что данное слово является заимствованием конца XIX века из английского языка. В английском языке существительное “slogan” появилось в результате ассимиляции

заимствованного шотландского слова “slogorn(e)”, имеющего значение “battlecry” (боевой клич).

Согласно электронному этимологическому словарю OnlineEtymologyDictionary лексема slogorn(e) происходит от слияния двух галльских слов “sluagh” (armyhost, slew – армия, войско, битва, толпа) и “ghairm” (cry, shout – вопль, крик).

Первое известное упоминание слова в данном значении приходится на 1510 год. Среди единиц политической лексики слово “slogan” в значении “a distinctivewordorphrasedby a politicalorothergroup”, т.е. особое слово или фраза, используемая политической или иной группой, впервые засвидетельствовано в 1704 году.

Толковый словарь иноязычных слов, заимствованных в русский язык, приводит для данной лексемы другую этимологическую справку. Автор данного словаря полагает, что слово “slogan” восходит к глаголу “slog” (вариант slug), совр. strike (сильно ударять), впервые употреблено данное слова в этом значении в 1872 году.

Изначально слово “slogan” использовалось только с политическим лозунгом, девизом. Известны многие военные и боевые слоганы и девизы. Таков, например, слоган американских пехотных войск “InfantryistheQueenofBattles”

(Пехота – царица сражений), авторство, которого приписывают американскому генералу Уильям Нейпиру (1785-1860). Позже, к середине XIX века это слово стало употребляться также применительно к коммерческой рекламе. Английская реклама старше американской почти на два столетия: к моменту её заимствования в XVIII веке она уже была хорошо поставленным бизнесом. На начальных стадиях развития тексты в газетах Великобритании были «смешаны» на странице и никак не отделялись друг от друга. Единственным способом отличить одно объявление от другого была первая строка, хотя и набранная заглавными буквами, но не вынесенная в центр. В ней рекламисты старались выделить основную идею своей информации, привлечь ею потенциальных клиентов. Такими же «безголовыми» были и листовки. Заголовки «выделились» из текста только в середине XVII века. Тогда в Англии активно продвигались новые для европейцев колониальные товары – чай, кофе, шоколад. Перед английскими купцами стояла главная цель – внедрить экзотические товары, сформировать потребность в нем. Этой цели посвящена широкая рекламная кампания середины XVII века.

Например, в рамках рекламной кампании П.Росе, слуга торговца Эдвардса, который впервые ввез в Англию кофе, открыл кофейню в Лондоне. Это заведение надо было как-то прорекламировать, поэтому были выпущены листовки с ярким заголовком, набранным большими буквами и помещенными в центр страницы: “TheVirtueoftheCoffeeDrink!” («Истинная правда кофепития!»).

В американской научной литературе по рекламе существует несколько версий того, когда собственно появился слоган и что было тому причиной. Ч. Гудрам и Х. Делримпл считают, что появление рекламного слогана вызвали существовавшие в 50-е годы XIX столетия ограничения на покупку рекламной площади. Стремясь поставить всех в равные условия, крупные газеты продавали строго ограниченный объем: всем по 2-3 строки не шире стандартной колонки независимо от того, являлся ли покупатель площади промышленным магнатом с неограниченными ресурсами или просто начинающим бизнесменом.

Бизнесмены по-разному распоряжались этим газетным пространством. Кто-то – преимущественно новички в бизнесе – просто описывал свой товар или услугу, а кто-то

искал способы «выделиться из толпы», улучшить запоминаемость своей рекламы. Очевидно, эти способы выискивались эмпирическим путем. Кто-то из рекламодателей и пришел к употреблению одной и той же фразы. Так возникает идея повторения в нескольких выделенных редакцией газетных строках одного предложения. Например, “HaveyouusedPearstoday?” («Вы сегодня пользовались мылом Pears?») (грушевым мылом) – эта фраза была напечатана на каждой строке и, естественно, хорошо привлекала внимание).

А.Ф. Пресбрей выдвигает свою версию непосредственной предтечи рекламного слогана. В своей книге «История и развитие рекламы» он рассказывает о жившем в середине XIX века владельце нескольких изданий Роберте Боннер, чей описанный ниже трюк и зародил идею слогана. Изучая англоязычные газеты, Боннер обратил внимание на то, что в “TheLondonTimes” объявление некоего аукциониста разделено на несколько абзацев, каждый из которых начинается одной и той же фразой: “DanielSmithandsonswillsellatauction” («Даниэл Смит и сыновья будут продавать с аукциона»). Ему очень понравилась эта идея одинаково начинать абзац, и он использовал ее в собственном преломлении, опубликовав в 60-е годы XIX века (тогда ограничения по площади уже были сняты) в “NewYorkHerald” анонс, состоявший из единственной фразы, повторявшейся 93 раза: “ORION, the GOLD BEATER, isthetitleofCobb'ssensationstoryintheNewYorkLedger” («Сенсационный рассказ Кобба, опубликованный в “NewYorkLedger”, называется «Орион, золотой боец»). В следующий раз он 600 раз повторил на полосе собственной газеты другую фразу: “Don'tgohometonightwithouttheNewYorkLedger” («Не возвращайтесь домой без NewYorkLedger»).

Конечно, трюк Боннера не прошел незамеченным не только читателями, но и рекламистами, и у него нашлось множество подражателей.

Авторы двух упоминавшихся выше монографий считают, что подобные повторы одного и того же предложения (в первом случае – на нескольких выделенных строках, во втором – неограниченное количество раз) и поспособствовали появлению слогана. А «эрой слоганов» Пресбрей называет 90-е годы XIX столетия, причем слоганы, по его мнению, эволюционировали из уже повторяющихся фраз. Он приводит примеры наиболее популярных слоганов: “Youpressthebutton, wedotherest” («Вы нажимаете кнопку, а мы делаем все остальное»). Данный слоган использовала известная в настоящее время фирма Кодак для рекламирования фотоаппаратов.

Изучая предысторию появления слогана в рекламе, нельзя не сказать о рекламной иллюстрации. Появившаяся после изобретения литографии сначала на рекламных плакатах, а потом в конце XVIII века в прессе, иллюстрация «сократила» количество текста, размещаемого в рекламе, заставила его создателей быть более лаконичными, афористичными, «предъявив» новые требования к качеству текста, что можно также считать одной из предпосылок появления слогана.

В современном мире каждая компания стремится выделиться среди обилия рекламы конкурентов и просто других организаций. Кроме того, рекламная кампания должна быть понятной потребителю и легко запоминаться, тогда существуют реальные шансы на выживание. Именно для этой цели и служит слоган. Представляя собой постоянно используемый девиз, слоган позволяет не только подчеркнуть основные преимущества, но и способствует быстрому запоминанию товара или организации, а

значит, в дальнейшем выполняет не столько информативную, сколько напоминательную функцию. Кроме того, в современной рекламе существуют определенные правила и принципы создания слоганов, определенные требования, выполнение которых обычно ведет к повышению эффективности использования такого вида рекламы.

21 век невозможно представить без рекламы. Появление новых идей и событий, изменения в любой жизненной сфере мгновенно находят отражение в рекламных текстах. Современная реклама – многоаспектное явление, развитие которого происходило в несколько важных этапах в разных странах.

К середине XX века слово слоган стало употребляться и применительно к коммерческой рекламе. Долгое время его синонимами выступали такие словосочетания, как ударная строка, рекламный лозунг, рекламный заголовок, рекламный девиз, рекламная фраза.

В России понятие слоган появилось только в 90-ых гг. XX столетия, когда коммерческая реклама приобрела широкое распространение в обществе. В Современном толковом словаре русского языка слово «слоган» было зафиксировано лишь в начале XXI века: «Слоган – запоминающаяся фраза в рекламе, выражающая суть привлекательности товара. Лозунг, девиз, выражающий основную, существенную идею какого-либо политика»

В настоящее время слоган является центральным структурно-композиционным элементом рекламного текста, нацеленным на запоминание. Именно запоминание определяет степень влияния слогана на сознание человека и его роль в рекламе.

Согласно Я.Н. Романенко, в России определились два вида слогана коммерческой рекламы: 1) собственно русский (фольклорный) слоган; 2) профессиональный слоган, созданный по образцу западной коммерческой рекламы. Истоки современного русского слогана можно обнаружить в глубоком прошлом

Одно из первых косвенных упоминаний о русской рекламе относится к началу XVII в. (1630-е гг.). В этот период на Руси преобладала устная реклама: выкрики бродячих торговцев, разносчиков и т.п. Впервые тексты ярмарочной рекламы зафиксированы во второй половине XVIII в. в форме такого фольклорного жанра, как закличка (рифмованное двустишие или четверостишие, содержащее эмоционально-оценочную характеристику ккого-либо объекта): «Свечки! Свечки! Горят ярче печки!». Торговцы использовали простые, но достаточно емкие и образные фразы: «Вот так квас – в самый раз! Баварский со льдом – даром денег не берем!». Слоганы-заклички были широко распространены в России и в конце XIX – начале XX в.: «Глядите, не моргайте, рты не разевайте, ворон не считайте, по дешевке покупайте!»; «Кому мыльце – умыть рыльце?! Вот оно! Вот оно!».

В конце XIX в. появляются такие короткие рекламные девизы и в прессе. Они используются или как расширенный заголовок, или как подзаголовок. Например, в «Московских ведомостях» от 22 июля 1895 г. Московское товарищество резиновой мануфактуры так рекламирует свою продукцию: «Резиновые галоши первого сорта, высокого качества, усовершенствованных фасонов, не уступающие никакой конкуренции».

Уже в то время начинает очерчиваться и круг часто употребляемых в рекламе слов, которые для рекламных текстов того времени являются ключевыми: «новинка», «дешево»,

«требуйте», например: «Знаменитое белье «Мей и Эдлих». Самое эластичное, практичное и дешевое».

Развитие слогана продолжается и после Октябрьской революции, подтверждением чего выступают рекламные тексты В. Маяковского:

«Путь к коммунизму – книга и знание,
В магазине Гиза – все новые издания!»

Фольклорный слоган отличался юмором, в нем всегда была рифма, присутствовала разговорная и эмоционально-оценочная лексика: «не моргайте», «не разевайте», «по дешевке», «мыльце», «рыльце» и т.п. Такого типа слоганы использовались в период НЭПа (1920-е гг.). Этому способствовало общее оживление экономики послереволюционной России. Слоганы-заклички звучали повсюду: «Несите рублики, купите бублики!»; «Подваливай народ, папиросы первый сорт!».

Лингвостилистической особенностью слоганов данного периода является проникновение в рекламу новой, «революционной» лексики: «Махорка, вырви глаз! Подходи рабочий класс!».

В период индустриализации и коллективизации, когда государство полностью взяло под контроль все материальные ресурсы, исчезла конкуренция на рынке товаров и услуг, а вместе с ней и фольклорная реклама. Поэтому в последующие годы слоганы-заклички встречались крайне редко.

Возрождение коммерческой рекламы в России происходит в конце XX века. В это время информационное пространство страны заполняют профессионально созданные слоганы, не оставляя места фольклорным. Лишь изредка на ярмарках можно услышать устную рекламу, стилизованную под слоганы-заклички: «Для банкиров и спортсменов, служащих и бизнесменов! Есть костюмы от кутюр лишь за несколько купюр!».

Оригинальность подобной рекламы заключается в сочетании раешного стиха (это древний вид стиха, шутливое рифмованное пояснение чего-либо) и лексики, отражающей реалии современного мира (банкиры, от кутюр, бизнесмены).

Процесс становления профессионально созданных слоганов в России был положен еще в Петровскую эпоху, когда в страну вместе с заморскими нововведениями были ввезены первые образцы европейского газетного рекламного объявления.

Изначально реклама публиковалась в таких газетах, как «Санкт-Петербургские ведомости» и «Московские ведомости», где имелись специальные разделы, полностью посвященные коммерческой информации: «Отъезжающие», «Продажи», «Подряды» и т.п. Уже к середине XVIII в. рекламная информация в газете стала занимать доминирующее положение, поэтому издатели были вынуждены перенести ее в специальное приложение, которое называлось «Суплемент» и продавалось отдельно.

В российской прессе публиковались объявления и иностранных рекламодателей. В зарубежной рекламе не просто давалась информация о товаре, его свойствах, составе, но и создавался яркий образ рекламируемого объекта. Такая реклама апеллировала в первую очередь к эмоциональной сфере покупателя и лишь затем к рациональной: «Г. Фогель, учитель врачебной науки в Билейме, что неподалеку от Страсбурга, изобрел такое лекарство, помощью которого обязывается в два месяца восстановить здоровье страждущих шумом в голове, помешательством ума, задумчивостию, грыжею и разными от почечуюпроизойти могущими припадками. Лекарство сие есть разводящие соки состав,

который, очищая кровь, разбивает ее застои. Желающие пользоваться его врачеванием могут писать самому Г.Фогелю, заплата наперед за пересылку писем все деньги сполна».

В целом в России XVIII – первой половины XIX в. профессиональная реклама в основном носила характер справочной информации. В газетах преобладали русские рекламные объявления, которым был присущ деловой тон, лаконичность, правдивость. В отличие от зарубежной рекламы, русская не использовала выразительных средств. Общей чертой рекламы этого периода было отсутствие в ней слоганов.

Ситуация изменилась ближе к середине XIX в. Отмена крепостного права, общий подъем экономики страны, развитие транспортной системы, повышение грамотности населения – все это способствовало развитию рекламы. Рекламные объявления стали неотъемлемым атрибутом практически всех периодических изданий.

Огромное влияние на этот жанр оказала американская реклама, что отмечено в конце XIX в. в «Иллюстрированном энциклопедическом словаре Ф.А. Брокгауза и И.А. Ефрона». В словарной статье «Реклама» приводятся следующие сведения: «Реклама – объявление о продаваемых товарах и услугах, с целью привлечь потребителей расхваливанием, часто преувеличенным, качеств товара. К концу XIX в. слоган постепенно становится центральным структурным элементом большинства русских рекламных обращений: «Второй магазин открыл в Москве Ф.Сень-Галли. ЗДОРОВЬЕ. КОМФОРТ. БЕЗОПАСНОСТЬ. Удовлетворены следующим выбором предметов, находящихся в магазинах: Умывальники. Каминь. Клозеты. Печки...».

В основном рекламном тексте используются преимущественно конкретные существительные (например, умывальники, клозеты), в то время как слоган полностью состоит из абстрактных существительных, в семантике которых присутствует положительная коннотация, воздействующая на эмоциональную сферу покупателя (например, здоровье, комфорт, безопасность).

На рубеже XIX-XX вв. появляется новая тенденция в рекламе: в связи с усовершенствованием печатных технологий в ней увеличивается роль изображения. Объем рекламного текста сводится к минимуму, словесный компонент рекламы становится компактнее, на месте освободившихся словесных объемов появляются средства эмоционально-суггестивного воздействия на потребителя. Вербальным выражением этой «эмоционально-суггестивной энергии» становится слоган, который может являться как частью рекламного текста, так и самостоятельным текстом.

Таким образом, во второй половине XIX в. русская реклама попадает под сильное влияние западной: на смену рациональной рекламе приходит эмоциональная. Изменяется не только содержание рекламных объявлений, но и их структура, язык. В рекламе все чаще встречается такой структурный элемент, как слоган.

Советский период в истории развития рекламного слогана характеризуется неоднозначностью. Когда 20 ноября 1917 г. вышел указ В.И. Ленина «О введении государственной монополии на рекламу», профессиональная частная реклама в России оказалась под запретом. На смену коммерческим объявлениям в 1920-е гг. приходит советская торговая реклама, полностью находившаяся под контролем государства и резко отличавшаяся от зарубежных «буржуазных» образцов рекламы в идеологическом и содержательном плане. Ее цель была не столько продать товар, сколько воспитать грамотного покупателя. Вполне естественно, что влияние зарубежной рекламы здесь было сведено к минимуму. Первоначально (1920-е гг.) ведущим стилем в советской торговой

рекламе был избран конструктивизм, который особенно проявил себя в плакатном творчестве. Созданием такой рекламы занимались В.Маяковский, Д.Моор, А.Родченко и другие. Главной чертой рекламных плакатов того времени было единство стиля изображения и текста. Приветствовались лаконизм, четкость, предельная упрощенность.

Рифмованные фразы – основное выразительное средство, которое использовал автор:

«Граждане, берегите интересы свои: Только в чаеуправлении покупайте чай!» Слоганам Маяковского, сопровождающим плакат, присущ весьма резкий, подчас эпатажный стиль: «Лучших сосок не было и нет, готов сосать до старости лет!» и др. Автор книги «Рекламное имя: от изобретения до прецедентности» И.В.Крюкова отмечает, что именно В.Маяковский заложил традицию использования в рекламе рифмованного слогана. Проводя ретроспективный анализ рекламных текстов В. Маяковского, И.Н. Пономаренко делает вывод о том, что эти тексты реализуют «не только и не столько коммерческие, сколько политические задачи». Основанием для вывода служит факт вербализации оппозиций они / мы; старый мир / новый мир; советская Россия / буржуазная Европа; прежде / сейчас: «Нам оставляются от старого мира / Только – папиросы «Ира»; «Резинотрест – защитник в дождь и слякоть / Без галош Европе сидеть и плакать» и т.п., а также обилие политизированных слов- маркеров: рабочие массы, крестьянин, товарищ, смычка и т.д.: «Внимание! Важно для рабочих масс / В Моссельпроме лучшее производство колбас»; «Важно для каждого гражданина: / в 1 кв. метре приблизительно 2 кв. аршина».

Возможно, советская реклама в итоге нашла бы свой путь к сердцу потребителя, разрушив негативное отношение к «двигателю торговли». Но сбой произошел в самой системе сбыта. В годы советской власти отчаянный дефицит товаров привел практически к упразднению рекламы как активного элемента рынка. При полном отсутствии конкуренции продвигались не конкретные марки товаров, а их обобщенные наименования: «Пейте натуральные соки!»; «Такси все улицы близки!»; «Аэрофлот – скорость, комфорт!»; «Храните деньги в сберегательной кассе!»; «Летайте самолетами Аэрофлота!».

Подобное обобщение лишь подчеркивало отсутствие у потребителя возможности выбора товара или услуги. В результате при наличии в стране профессионально созданной советской торговой рекламы большая часть граждан и не догадывалась о ее существовании. Так возник миф, что в СССР рекламы просто не было.

В условиях государственной монополии на производство и торговлю не было стимула создавать оригинальные и качественные слоганы: если нет выбора и конкуренции, нет необходимости стараться выделиться и запомниться потребителю.

Поворотным моментом в истории современной профессиональной рекламы стало 6 февраля 1988 г., день, когда вышло Постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР «О мерах по коренной перестройке внешнеэкономической рекламы», которое отменяло монополию государства на создание рекламных контор. Это постановление дало жизнь первым негосударственным рекламным агентствам, что способствовало появлению российской коммерческой рекламы. Информационное пространство страны практически сразу заполнило огромное количество всевозможных рекламных обращений, большинство из которых были зарубежными.

В начале 1990-х гг. возникло много фирм и предприятий, и потребитель получил, наконец, возможность выбирать товары и услуги. Именно в этот период оригинальные, выразительные, четко сформулированные слоганы начинают активно заполнять рекламное пространство, становясь обязательным атрибутом рекламного текста или самостоятельной рекламой. С этого периода реклама начинает рассматриваться как особого рода социальная коммуникация, обеспечивающая реализацию информационной, экспрессивной и прагматической функций, а употребление рекламного слогана начинает опираться на прецедентные тексты, формирующие свой круг потребителей и ориентирующиеся на свою целевую аудиторию.

К ключевым элементам рекламы относят само название бренда и слоган. Если название бренда переводу зачастую не подвергается, то слоган, рекламный девиз, - долговременная платформа товарного бренда, успешность которой зависит от правильного перевода. Функция бренда – привлечение внимания аудитории посредством короткой и динамичной фразы, функция слогана – передать основные сведения о товаре, способствовать запоминанию рифмы.

Углубляясь в рассмотрение специфики понятия «слогана», заметим, что начало его использования в современном значении относится к 1880 году, когда бизнесмены исключительно эмпирическим путем пытались найти способ выделиться среди других фирм при помощи рекламы своего продукта. В конечном итоге слоган стал приобретать форму все больше отвечающую современным правилам рекламы.

Для начала обратим внимание, на то, каким должен быть слоган. К ключевым характеристикам относят:

- оригинальность;
- краткость;
- запоминаемость;
- звучность;
- динамичность;
- читаемость.

Так и при переводе слоган должен обладать теми же характеристиками: состоять из простых предложений или словосочетаний. Однако важно учитывать не только данные признаки, но и ряд уже непосредственных знаний в области структуры слогана и особенностей его перевода. Важную роль в структуре слогана и его рекламного дискурса играют синтаксические конструкции. Язык рекламы – это живой, динамичный, яркий, близкий к разговорному, именно поэтому слоган состоит из простых синтаксических конструкций. В структуре простого предложения как основе слогана крайне важны различные тропы и фигуры речи, которые усиливают воздействие на аудиторию.

Таким образом, рекламный перевод является очень тонким и сложным делом, слоган не может быть просто переведен в переводчике или дословно, он должен быть связан с культурной средой языка перевода, высказывание должно совпадать с оригиналом по смыслу, настрою слогана, его длине. Более того, большое внимание должно уделяться средствам выразительности рекламы, таким как: аллегория, различные виды повторов, аллитерация, параллелизм, метафора, императивные формы глаголы. Так как текст рекламы – это призыв к действию.

Библиографический список

1. Арутюнова Н.Д. Предложение и его смысл: Логико-семантические проблемы / Н.Д. Арутюнова — Москва: Наука, 1976. — 383 с.
2. Бенвенист Э. Общая лингвистика. / Э. Бенвенист. — Москва: Прогресс, 1974. — 447 с.
3. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти (теоретико- эмпирическое исследование языка и его использования в социальном контексте // Р. М. Блакар Язык и моделирование социального взаимодействия. — М.: 1987. — С. 99 — 103.
4. Бове К.Л., Аренс У.Ф. Современная реклама. — Тольятти: Довгань, 2001. — 704 с.
5. Богданова Э. Х. Обучение выразительному чтению в языковом вузе / Э. Х. Богданова // Иностраный язык в высшей школе. Выпуск 20. — М.: 1987 — С. 126 — 132.
6. Кромптон А. Мастерская рекламного текста. — Тольятти: Довгань, 1995. — 256 с.
7. Литвинова А.В. Слоган в рекламе. Генезис, сущность, тенденции развития: Дис. ... канд. филол. наук. М., 1996. — 185 с.
8. Мальцева О.В. Разноуровневый повтор в англоязычном тексте (структура и функционирование): Дис. ... канд. филол. наук. СПб., 1991. — 203 с.
9. Матвеева Т.В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий (синхронно-сопоставительный очерк). — Свердловск: Изд-во Урал. ун- та, 1990. — 169 с.
10. Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы. В 2 ч. — М.: Евразийский регион, 1998. — Ч. 1. — 400 с. — Ч. 2. — 328 с.
11. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие / А.Н. Чумиков. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Дело, 2006. — 552с. 43.Шуванов, В.И. Психология рекламы / В.И. Шуванов. — Ростов н/Д.: Феникс, 2003. — 315 с.
12. Якина, Я. И. Речевые технологии в англоязычных рекламных слоганах (функционально-прагматический и культурно-семиотический уровни организации) / Я.И. Якина // Вестник Ленинградского государственного университета имени А.С. Пушкина. Серия Филология. — 2013. — No2. — С.68.
13. Cotter, C. News Talk: Investigating the Language of Journalism / Colleen Cotter. — Cambridge University Press. — 2010. — 280 p.
14. Goddard, A. The Language of Advertising. — 2nd edition / A. Goddard. — Routledge. — 2002. — 144 p.
15. Machin, D. Global Media Discourse / D. Machin. — London, New York: Routledge. — 2007. — 188 p.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ АНТИКОРРУПЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

Живтяк Мария Геннадьевна
Научный руководитель - Колкарева Инна Николаевна,
к. ю. н. доцент кафедры бухгалтерского учета и анализа управления
КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Краснодар

Термин «коррупция» подразумевает собой разрушительный, трудно контролируемый процесс, затрагивающий современную власть на всех ее уровнях и становящийся сложной преградой для устойчивого, стабильного развития экономики всей

страны. Под натиском коррупции демократические институты разрушаются, неизбежно наступает расслоение общества на тех, кто имеет доступ ко всем материальным благам, и на тех, кому путь к ним закрыт. Помимо угрозы деградации демократии и стагнации экономики, коррупция также влечет за собой разрушение всех моральных устоев и принципов нашего общества, что в дальнейшем может привести к неизбежным и тяжелым социальным последствиям. Авторитет властных структур и доверие народа к ним неумолимо пропадают, страна теряет свою престижность и свой имидж на мировой арене. Коррупция представляет собой серьезную опасность для любого государства и общества [2, с. 59–60]

Цель данной работы заключается в изучении основных причин возникновения коррупции, оценке эффективности антикоррупционной политики и рассмотрении возможных рекомендаций по ее улучшению.

Научная новизна данной статьи определяется формированием теоретических обобщений. Предложено определение понятия «коррупция» и нововведение, касающееся ужесточения некоторых федеральных законов.

Гипотеза исследования: антикоррупционная политика выступает не только как инструмент, направленный на противодействие коррупции, но и как средство для устранения социальных представлений о коррупции как о приемлемом поведении во всех сферах общества.

В настоящее время, как и у любого другого сложного социального явления, точного и единственного определения слова «коррупция» не существует. Ван Аньши (1021–1086 гг.), китайский государственный деятель и реформатор, утверждал, что у коррупции есть два основных источника проявления – это «плохие люди» и «плохие законы». Пока существуют так называемые плохие люди, имеющие различные способы и возможности управлять не принадлежащими им ресурсами, будет существовать и факт коррупции. К подобным ресурсам, как правило, относятся государственное и муниципальное имущество, государственные заказы, льготы и бюджетные средства и другие. Не стоит забывать, что каждый государственный служащий обязан следовать и подчиняться Конституции, законам, другим нормативным актам, моральным нормам и принципам. Полная перестановка идеологических приоритетов должностного лица в целях осуществления своих корыстных интересов и личностных желаний и является истоком коррупции. Ссылаясь на Справочный документ о международной борьбе с коррупцией, в котором говорится о коррупции как о «злоупотреблении государственной властью для получения выгоды в личных целях», можно сделать небольшой вывод о том, что понятие «коррупция» включает в себя такие обстоятельства и действия, как продажность должностных лиц и политических деятелей, незаконное и чрезмерное использование своего служебного положения и своих полномочий в целях извлечения личной выгоды, что однозначно противоречит действующему законодательству и всем существующим моральным нормам [4, с. 8] Совершение вышеперечисленных деяний от имени или в интересах юридического лица, согласно Федеральному закону от 25 декабря 2008 г. №273-ФЗ «О противодействии коррупции», также считается коррупцией [9].

При отсутствии должного противостояния коррупции невозможно и прогрессивное развитие любой страны. Создание и применение специальной и эффективной системы мер небезрезультатно отразится на борьбе с коррупцией. Антикоррупционная политика представляет собой совокупность мер, процедур и принципов, которые нацелены на

пресечение любых коррупционных преступлений. Самый распространенный и основной инструмент реализации данной политики – это мониторинг. Помимо него существуют такие меры, как внедрение этических кодексов, урегулирование и предотвращение различных конфликтов, а также гласность событий, которые активно применяются в практике. Субъекты антикоррупционной политики активно борются с любыми проявлениями коррупционных нарушений. К ним относятся органы внутренних дел, органы безопасности государства, прокуратура, таможенные органы и другие. Благодаря действующему законодательству они имеют возможность создавать отдельные специализированные отделения, которые направлены непосредственно на пресечение всех коррупционных преступлений в рамках отдельных направлений деятельности. К субъектам также относятся и граждане страны, которые участвуют в социальном контроле над деятельностью должностных лиц и государственных органов [1, с. 41] В борьбе с коррупцией также оказывают поддержку международные правительственные организации.

Коррупция является угрозой международного уровня, которая затрагивает практически все области. За последние десятилетия коррупция не обошла стороной систему государственно-служебных отношений и получила там широкое распространение. Формирование и развитие коррупции в России и в некоторых других странах происходит вследствие нескольких предпосылок [7] :

- недостатки или несовершенство действующего законодательства. Достаточно тяжело бороться с коррупцией при отсутствии эффективных антикоррупционных законов, которые бы формировали результативную систему, направленную на устранение всех ее проявлений;

- переход к демократическому режиму. Децентрализация способствует быстрому распространению и расцветанию коррупции в стране;

- экономический спад;

- нестабильная политическая ситуация;

- нередко государственные должности заняты представителями криминальных структур по причине некорректной работы институтов власти.

За исключением личных интересов, побуждающих совершать коррупционные действия, существуют и некоторые внешние обстоятельства – объективные факторы, которые также вынуждают прибегнуть к коррупции. Это и низкие зарплаты, низкий морально-этический уровень всего общества, процветание монополизма в экономике, полное отсутствие заинтересованности властей в борьбе с коррупцией, несовершенства законодательства и другие факторы. Помимо этого очень часто сами граждане предпочитают умалчивать о факте коррупции, поэтому правоохранительным органам достаточно тяжело самостоятельно бороться с коррупцией, здесь необходимо активное участие населения.

Самая главная и основная цель любой антикоррупционной политики – это сокращение уровня коррупции, в самом лучшем варианте – полное ее искоренение, а также предоставление всем гражданам, обществу в целом и государству защиты их прав и интересов от угроз, которые связаны с коррупцией. Для того чтобы достигнуть главной цели и эффективной работы антикоррупционной политики, необходимо выполнение следующих задач [2, с. 61] :

- формирование такой правовой системы, которая бы препятствовала подкупу публичных лиц и граждан при проведении выборов или референдума, а также стимулировала заменять подкупных личностей;

- предупреждение всех коррупционных преступлений, гарантия наличия ответственности и привлечения к ней за данные нарушения;

- компенсация за причиненный вред вследствие коррупционного правонарушения;

- постоянный мониторинг антикоррупционной политики, оценка ее эффективности и результативности;

- свободное освещение всех фактов проявления коррупции в СМИ.

В дополнение к сказанному выше стоит упомянуть, что отсутствие прочных демократических традиций и неустойчивость институтов гражданского общества также считаются основными причинами коррупции. Само проявление коррупции неразрывно связано с неэффективностью существующих систем и с отсутствием антикоррупционной идеологии. Существует несколько условий, от которых зависит, насколько будет действенна антикоррупционная политика [3, с. 71]

- одновременное применение всех мер в совокупности;

- вовлеченность и активная позиция граждан страны против коррупции, предоставление им помощи в борьбе;

- бескомпромиссная и непреклонная борьба с любыми проявлениями коррупционных правонарушений;

- всестороннее изучение и анализ применяемых антикоррупционных мер, их успешность и обоснованность.

Эффективность справедливо рассматривать как успешность или результативность проведенной политики против коррупции. Огромный вклад и значение вносят антикоррупционеры, которые обладают высокой степенью подготовки и квалифицированными знаниями в данной области противодействия. Однако для того чтобы обучить достойные кадры и в конечном итоге приобрести настоящих профессионалов, необходим достаточно большой объем трудовых и финансовых ресурсов. Успешность, другими словами, – это деятельность, которой дается положительная оценка. Противодействие, особенно в данном случае, имеет переменный успех. В зависимости от того, насколько обстоятельства трудные, их преодоление уже можно считать за успех. Нужно учитывать то, что успешность любой антикоррупционной политики определяется не только по большим и громким делам, в которых сопричастны известные публике люди, но и по общей оценке мониторинга [5, с. 6–7, 12].

Количественные оценки эффективности, или наоборот, неэффективности необходимы, чтобы показать, например, постепенное снижение зарегистрированных коррупционных нарушений за определенный период времени, согласно плану, который был принят ранее. Помимо количественных критериев, имеют место быть такие критерии, как математические, фиксирующие количество возбужденных уголовных дел или выявленных коррупционных преступлений, так и качественные критерии, которые основываются на большом количестве осужденных коррупционеров (принципе неотвратимости ответственности) [5, с. 10–11].

В зависимости от того, насколько эффективно действующая система выявляет, расследует и привлекает к ответственности всех без исключения участников коррупционной деятельности, будет и соответствующий результат. Ко всему прочему,

данная система должна иметь конкретный порядок проведения антикоррупционной экспертизы и полностью согласовываться со всеми действующими нормативно-правовыми актами. В случае получения сведений о факте совершения коррупционного нарушения в соответствующие области противодействия проявления коррупции осуществляется дальнейшая передача информации в государственные органы [6, с. 73].

В разных сферах антикоррупционные стратегии обладают схожими принципами. Это предотвращение конфликта между сторонами, привлечение к ответственности и полная гласность деятельности [6, с. 72]. Благодаря опыту зарубежных стран стоит отметить, что наиболее эффективные результаты достигаются при использовании всех (экономических, правовых, политических и т.д.) мер в совокупности, которые нацелены на устранение и минимизацию причин проявления коррупции. Россия, стремясь полностью искоренить коррупцию, ориентируется и основывается на зарубежные модели и международный опыт. Существуют два основных и традиционных антикоррупционных направления – это борьба непосредственно с самими проявлениями коррупции и профилактика коррупции.

В 2020 году Россия занимала 137-е место по уровню коррупции среди 180 стран. Минимальное место было 154-е, а максимальное – 47-е в 1997 году. Индекс коррупции с 2014 года практически не изменялся и в 2020 году составил 28 инд. п. Наибольший уровень – 29 инд.п., наименьший – 21 инд.п. Трудно отрицать факт существования коррупции в России, поэтому необходимо проводить ряд определенных действенных мер для ее уничтожения. Несомненно, искоренить коррупцию в один момент, к сожалению, невозможно. Помимо всех существующих методов антикоррупционных способов борьбы стоит ввести нижеперечисленные методы.

Необходимо ввести полный контроль над всеми расходами и доходами работников государственных корпораций. Каждый работник обязан предоставлять справку о своих доходах и расходах в целях исключения фактов коммерческого подкупа.

Содержание Федерального закона от 18 июля 2011 г. № 233-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» должно соответствовать сути Федерального закона «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05 апреля 2013 г. № 44-ФЗ. Другими словами, ФЗ № 233 необходимо ужесточить. Помимо этого следует поэтапно и постепенно уменьшать количество всех государственных унитарных и муниципальных предприятий в целях профилактики коррупции.

Для того чтобы сделать уверенный шаг вперед в борьбе с коррупцией, необходимо формирование и создание эффективной антикоррупционной политики. На первый план также выдвигается потребность совершенствования действующего законодательства, способного бороться с совершением коррупционных сделок. Всем известно, что само существование коррупции значительно снижает уровень жизни людей на всех уровнях и уменьшает эффективность реализации разных социально-экономических программ. По этой причине такие международные организации, как Организация Объединенных Наций, Совет Европы и некоторые другие, уделяют особо пристальное внимание борьбе с коррупцией. От коррупции невозможно избавиться в один миг, с ней необходимо бороться постепенно, а наибольший вклад в этот процесс внесет то, насколько эффективно будут взаимодействовать все ветви власти. Без сомнения, именно на них возложена огромная ответственность за процесс оздоровления всего общества.

Библиографический список

1. Арзуманян И.Л. Возможно ли победить коррупцию? // Власть. – 2018. - №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhno-li-pobedit-korruptsiyu>
2. Ахметов А.С. Коррупция как социальное явление // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. – 2018. - №2(69). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korruptsiya-kak-sotsialnoe-yavlenie>
3. Богатова Е. В., Стебенева Е. В. Антикоррупционная политика в современной России // Вестник Уральского юридического института МВД России. - 2019. - №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/antikorrupsionnaya-politika-v-sovremennoy-rossii> (дата обращения: 16.09.2020).
4. Варыгин А. Особенности воздействия на преступность сотрудников органов внутренних дел // Уголовное право. – 2003. - №3. – 389 с.
5. Горшенков Г. Н. Эффективность антикоррупционной политики // Актуальные проблемы экономики и права. - 2016. - №1(37). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-antiko..>
6. Кулуева Ф.Г. Национальная стратегия противодействия коррупции и национальный план противодействия коррупции // Наука, техника и образование.
7. Платов Е. В. Причины коррупции в России // Наука. Общество. Государство. - 2018. - №4 (24). URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/prichiny-korruptsii-v-rossii>
8. Фатхуллина Р.А. Противодействие коррупции // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. - 2020. - №5-4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protivodeystvie-kor>.
9. Федеральный закон от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции».
10. Фиалковская И.Д. Коррупция: понятие, признаки, виды // Вестник ННГУ. - 2018. - №1.

ВЛИЯНИЕ ПРЕПАРАТОВ СПОРТИВНОГО ПИТАНИЯ НА ЧЕЛОВЕКА

*Гаврюк Артем Владимирович, Буленков Александр Игоревич
Научный руководитель – Анастасия Петровна Сиротинкина, преподаватель
ГБПОУ РХ «Черногорский горно-строительный техникум», г. Черногорск*

Проблема питания была и остается для спортсменов и их тренеров очень важной. Не секрет, что правильное питание – немаловажная составляющая итогового спортивного результата каждого спортсмена. Сбалансированный рацион помогает достичь хорошей работоспособности на тренировках, быстрого восстановления между тренировками, снижает риск заболеваний, помогает поддерживать нужный вес.

В настоящее время используется большой ассортимент пищевых добавок, которые могут оказаться полезными в тех случаях, когда пища недоступна или нет условий для ее приема, например, непосредственно перед, во время и после занятий спортом. Но в тоже время существует много нелегальных спортивных добавок. И чтобы не навредить своему здоровью в этом нужно уметь разбираться.

Распространено заблуждение, что спортивное питание не нужно, а потребности спортсмена в протеине и углеводах вполне удовлетворит обычная пища. Но это не так. мяса, рыбы, творога, яиц достаточно, если ваши потребности в белке сравнительно

невысоки. В этих продуктах помимо белка (не более 20% в мясе, рыбе, твороге и не более 30% в сыре) содержатся жиры (до 5–30% в мясе, до 5–8% в рыбе и до 30–50% в сыре). Значит, при активном образе жизни, когда потребность в белке возрастает, человек пытается обеспечить их обычной пищей, вместе с достаточным количеством белка потребляется большое количество углеводов и жиров, откладывающихся в жир подкожный и немного в мышечный.

К сожалению, природа не изобрела такого натурального продукта, где был бы один белок и ничего больше. Наука и пищевая индустрия решили проблему, создав специализированные продукты, которые мы называем спортивным питанием. Не надо опасаться добавок и заведомо отрицать мысль о спортивном питании. Утверждение, что "спортивное питание вредно", что от него "отваливаются" почки, печень и потенция - это предрассудки. Это следствие того, что спортивное питание очень часто путают с анаболическими стероидами, не видя разницы между химическими веществами и натуральным продуктом. В спортивном питании белок зачастую частично расщеплен и гораздо лучше усваивается, чем в обычной пище. В последние годы спортивное питание становится почти неотъемлемой частью занятий спортом и активного отдыха.

Главный принцип питания — сбалансированность и достижение определенной спортивной цели. Необходимый состав выбирается по мере необходимости и удобства потребления. Энергией для каждой клетки является гидролиз АТФ (аденозинтрифосфат), который синтезируется клетками организма из углеводов. Таким образом, в питании человека углеводы играют важную роль в энергетическом обеспечении жизнедеятельности. Белки пищи используются клетками организма как основной материал для строительства тканей.

Они могут быть отправлены на производство АТФ, но с затратой большего количества энергии. Белки усваиваются клетками организма с помощью биохимического сигнала «еда», подаваемого гормоном инсулином. Инсулин рефлекторно вырабатывается поджелудочной железой при попадании в пищеварительный тракт углеводов. Соотношение поступления белков и углеводов не должно превышать одной четверти белков по отношению к углеводам, тогда количества выработанного инсулина хватит для усвоения белка.

Дополнением к рациону используются пищевые добавки, которые содержат полный комплекс важных питательных веществ для полноценной жизнедеятельности. Полезные биологические добавки для спортсменов помогают снизить количество жира в организме, увеличить мышечную массу и достичь высоких результатов в спорте. Эти продукты содержат важные для организма аминокислоты и другие незаменимые вещества, которые легко и быстро усваиваются. Количество приема биологических добавок зависит от интенсивности и частоты физических нагрузок.

Наиболее популярны следующие виды добавок:

1. Для восстановления белка. Это протеиновые пищевые добавки, батончики и аминокислотные препараты. Белково-углеводные добавки могут оказаться действенными в фазе восстановления организма после тренировки.

2. Для сжигания жира и наращивания мышц. Самые распространенные препараты для наращивания мышечной массы содержат хром, бор, гидроксиметилбутират, молозиво и др. Сами эти вещества не являются допинговыми, однако их эффект крайне индивидуален.

3. Энергетические добавки - хорошо подходят для восстановления после продолжительных аэробных нагрузок. Это оптимальный источник энергии для бегунов на длительные расстояния. Белковые добавки легко усваиваются и могут заменить мясные и другие продукты в рационе для гармоничного формирования мышц после тренировок. В пищевые добавки этой группы входят карнетин, пируват, рибоза и экстракты экзотических растений.

4. Для укрепления иммунитета. Существуют свидетельства о том, что интенсивно тренирующиеся, много путешествующие и часто соревнующиеся спортсмены более восприимчивы к простудам и инфекциям. Для этого применяют препараты, содержащие глутамин, цинк, эхинацею, молозиво и др.

5. Укрепление костей и суставов. Для здоровья костей необходимы кальций и витамин D. Потребность в кальции человек может покрыть за счет правильно подобранного рациона питания, а для синтеза витамина D важно больше времени проводить на солнце. Препараты для укрепления суставов содержат глюкозамин, хондроитин, метилсульфонилметан (МСМ) и другие вещества.

Полезны для спортсмена также следующие пищевые добавки: кофеин, креатин и буферные агенты.

Креатиновые добавки могут способствовать улучшению результатов в спринте и увеличению мышечной массы. Креатин присутствует в мясе и рыбе. Креатиновые добавки считаются безвредными для здоровья.

Кофеин присутствует во многих обычных напитках и продуктах и может способствовать улучшению физического и морального состояния человека. Добиться такого улучшения можно приемом сравнительно небольших доз кофеина, сопоставимых с теми, которые люди потребляют в повседневной жизни (чтобы организм получил 1,5 мг кофеина на один килограмм массы тела, достаточно выпить маленькую чашку свежесваренного кофе или 500–750 мл колы).

Достоинствами препаратов спортивного питания является их мгновенное переваривание и усваивание, высокая энергетическая ценность и хорошее самочувствие на протяжении многих часов после приема. Они не являются медицинскими препаратами или химическими стероидами, не вызывают привыкания и не содержат в себе вредных для организма компонентов. Так же они не имеют ничего общего с фармакологическими средствами, принимаемыми профессиональными спортсменами, или каким либо видом допинга.

Еще одним преимуществом препаратов спортивного питания является возможность избегать переедания, а это, в свою очередь, помогает избавиться от лишних нагрузок на желудок.

Последствия приема препаратов спортивного питания

Некоторые полагают, что спортивные добавки могут отрицательно влиять на психо-эмоциональное состояние человека и на пищеварительную систему. На самом деле добавки имеют исключительно натуральный состав. Все дело в том, что спортсменам важно иметь крепкие мышцы, но при классическом рационе им придется съесть немислимое количество еды. Это очень вредно, потому что жир, содержащийся в еде трудно превратить в мышцы, а добавки содержат только концентрат, без сахара и вредных жиров.

Наверное, самым безобидным веществом для набора мышечной массы является протеин. После приёма этой добавки после усиленной тренировки можно почувствовать увеличение мышечной ткани. Если требуется снижение массы, то белок даёт удержание мышц и сжигание жиров. При неправильном дозировании протеиновые смеси и коктейли могут дать отрицательный результат. Он может проявляться в виде расстройства желудочно-кишечного тракта, сопровождающимся вздутием, появлением угрей и диареей.

Вторым важным составляющим питания для атлетов являются аминокислоты. Они назначаются в жидком виде, в дозах 2 г на один килограмм веса. Аминокислоты позволяют построить правильную форму мышц на тренировках. Они восстанавливают мышечные клетки после занятий спортом. Это способствует предотвращению острых респираторных заболеваний и хорошему усвоению пищи. К отрицательным последствиям добавок на основе аминокислот можно отнести расстройства желудка и кишечника. Может проявиться изжога, рвота и головокружение. Эти негативные признаки указывают на неправильное распределение суточной дозы питания и на несогласованность его состава.

Для тех, кто во время тренировок теряет много энергии и сил, показано принятие креатина. Это вещество проявит положительные свойства, если принимать его в зависимости от массы тела. Приём спортивного питания на основе креатина уместен при наличии атрофированных мышц, сильной усталости, вызванной нагрузками. Также креатин полезен при артрите, ишемии сердца и мышечных болях. Но в этом случае дозы назначаются только лечащим врачом.

Распространенные мифы о спортивном питании

Миф 1 - спортивное питание – это не натуральный, полученный химически продукт.

Реально же - это концентрат простых продуктов, в котором удалены все балластные и вредные вещества (животные жиры, избыток углеводов), а полезные максимально сконцентрированы и обработаны для их наиболее полного и быстрого усвоения (белки и аминокислоты). Кроме этого, спортивные продукты дополнительно обогащаются такими веществами, как глутамин, карнитин, креатин, которые наиболее интенсивно расходуются при физической нагрузке, а значит, требуются тренирующемуся организму в повышенных количествах.

Миф 2 - спортивное питание создает повышенную нагрузку на желудочно-кишечный тракт и почки.

Синонимом спортивного питания является пищевая добавка. Ее смысл – откорректировать повседневный рацион с целью оптимизации соотношения поступающих нутриентов потребностям организма в условиях повышенных физических нагрузок. Это значит, что спортивное питание не должно полностью заменять собой обычную пищу, а лишь дополнять ее. Добавка должна оставаться добавкой. Кроме этого необходимо соблюдать питьевой режим (1 литр жидкости на 100 г протеина).

Миф 3 – без специализированного спортивного питания можно запросто обойтись, если грамотно построить свой рацион.

На самом деле эта задача в некоторых случаях практически невыполнима, т.к. обычные продукты содержат слишком много балластных веществ. Например, иногда налагается ограничение по массе спортсмена, при этом нужно чтобы каждый килограмм массы был «полезным» (т.е. мышцы, а не жир). Идеальное соотношение

белков/жиров/углеводов в рационе должно составлять 30/15/55. При питании обычными продуктами получается избыток по жирам и дефицит по углеводам.

Миф 4 – спортивное питание крайне дорого и не по карману обычным обывателям.

Скорее наоборот, приобретая спортивное питание, вы можете сэкономить. Снижаются затраты на приобретение обычных продуктов, а также вы экономите на посещении спортзала. Ведь уменьшается необходимость в добавочной нагрузке, необходимой для сжигания избытка поглощенных жиров.

Исследования было проведен на базе ГБПОУ РХ ЧГСТ. В данном исследовании участвовали учащиеся группы 1-ОР-18 и 3-ОР-18 (63 человека). Для них была разработана анкета, цель которой было выяснить процент учащихся: имеющих знания о препаратах спортивного питания, употребляющих препараты спортивного питания, имеющих желание начать принимать препараты спортивного питания. Из результатов анкетирования следует, что большинство респондентов (74%) имеют представление о том, что такое спортивное питание. Некоторые из них его употребляют (20%). Несмотря на то, что большинство респондентов не принимают спортивное питание, опрос показал, что они хотели бы его принимать (47%).

Проанализировав источники литературы, можно сделать вывод о том, что в настоящее время применение спортивного питания и пищевых добавок является актуальной темой для молодых людей.

Используя литературу, мы предоставили наиболее широко применяемые пищевые добавки и препараты спортивного питания.

После проведения наших исследований можно сделать вывод о том, что большинство учащихся ГБПОУ РХ ЧГСТ учащиеся группы 1-ОР-18 и 3-ОР-18 обладают информацией о спортивном питании (74%). Некоторые из них его употребляют (20%) и многие хотели бы его принимать (47%).

Проверив достоверность информации о побочных эффектах, проявляющихся при употреблении спортивного питания, мы выяснили, что все так называемые "побочные эффекты" всего на всего проявление аллергической реакции на вещества входящие в состав конкретного спортивного питания. Этот "побочный эффект" носит исключительно индивидуальный характер. И если он проявится у одного человека это не значит, что он проявится и у другого.

Библиографический список

1. Антонович С. Масса или правда о питании, добавках и химии в бодибилдинге. Издательство: АС «Медиа Гранд», 2012 г.
2. Клейнер С. Спортивное питание победителей. Издательство: «Эксмо», 2011г.
3. http://www.rusnauka.com/13_EISN_2014/Sport/3_168795.doc.htm (дата обращения 16.01.2022).
4. <http://sport-menu.ru> (дата обращения 16.01.2022).
5. <http://sportwiki.to> (дата обращения 16.01.2022).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СЛАВЯНСКИХ СКАЗОК

*Глотов Иван Николаевич, Ерёмкина Екатерина Андреевна
Научный руководитель – Буянова Оксана Дмитриевна, преподаватель
ОГБПОУ “Томский политехнический техникум”, г. Томск, Россия*

Славянские сказки – это ценнейший вид устного народного творчества, где соединяются традиции материальной, языковой культуры славян. Сказку нужно уметь не только слушать, но и рассказывать. Она – кладёшь народной мудрости, прошедшей сквозь века человеческого бытия, позволяющей людям осознать сокровенную глубину жизни народа. Традиционно она рассматривается как «народно-поэтическое произведение о вымышленных лицах и событиях, преимущественно с участием волшебных, фантастических сил» [4, 587], также В. Я. Пропп приводит такое определение сказки, выведенное А. И. Никифоровым: «сказки – это устные рассказы, бытующие в народе с целью развлечения, имеющие содержанием необычные в бытовом смысле события (фантастические, чудесные или житейские) и отличающиеся специальным композиционно-стилевым построением» [4, 24].

Как мы знаем, сказки бывают волшебными, о животных и бытовыми. Каждый вид имеет свои стилистические, сюжетные и повествовательные особенности. Например, волшебные сказки передают особенности космического мышления славянских народов: единство человека и его связь с мифологической природой отдельных явлений. Также сказки данного вида наполнены необыкновенным волшебством и разного рода приключениями, которые ждут героя на пути к цели. И только человек, действительно добрый и чистый может увидеть и понять все знаки, которые ему дает мифологическая действительность сказки. Все персонажи, включая отрицательных, преисполнены достоинства, лишены вульгарности и по-человечески понятны. В волшебных сказках славян все имеет смысловую нагрузку не о победе, а об утверждении добра. А под добром в сказке понимается созидательность гармонии. Не состояние, а действие. Добро не свершается, оно есть, и восстанавливается, если пострадало. В волшебной сказке нет безысходности смерти. Души могут отправиться в рай, но могут превратиться в легкокрылых птиц или явиться шелестом листьев, низвержением дождя, теплым ветром или другими явлениями природы. Воздух и дух в славянских сказках – одно и то же. Это позволяет говорить об одухотворенности пространства, которое является духом, наполненным материей.

Сказки о животных имеют в своей основе связь первобытного человека с животными, которая выражается в духовной связи человека с животным миром, владении человеком языка природы, языка животных. Это самые древние сказки, они относятся к тому периоду, когда человек соотносил себя с животным миром, считал себя его частью и продолжением.

Бытовые сказки, как правило, передают реалии современного героям мира, здесь нет волшебства, но очень ярко проявляется именно повседневная смекалка и хитрость главного героя, а зло и глупость бывают наказаны.

Безусловно, в связи с тем, что славянские народы имеют общие корни, устройство жизни, верования, представления о человеческих качествах, то и сказки их тоже сходны в

своей основе. Сходство это проявляется не только в сюжетах, мотивах и героях, но и в религиозной общности в ее мифологической основе.

Герои славянских сказок, как и в сказках других народов мира, обладают яркими положительными качествами: душевной чистотой и добротой, умом, умением понять другого, поэтому часто герои находят помощь и поддержку со стороны не только других людей, но и стороны животного мира и природных явлений.

Для анализа взяты три волшебные сказки разных славянских народов – это польская сказка «Волшебная гора», украинская сказка «Летучий корабль» и русская «Сказка о молодильных яблоках». Эти сказки объединяет структура построения, мотив, общность сюжетных линий, мораль, сходство характеров героев, что позволяет рассмотреть их в аспекте диалога культур, ведь именно он «...предполагает выявление национальной модели мира данного художественного текста, отраженной в его художественной микроконцепции, художественных образах, знаках, кодах, мифологемах, архетипах. Сопоставление текстов, принадлежащих к разным национальным универсумам, и будет, в сущности, представлять диалог культур» [4, 47-48].

Последовательность действий в сказках передана в следующей схеме (согласно теории В. Я. Проппа [5, 23-91]):

- Начальная ситуация: временно-пространственное определение, состав семьи;
- Подготовительная часть: отлучка;
- Завязка: отъезд из дома;
- Дарители: встреча с дарителем, снабжение героя помощью;
- От вступления помощника до конца первого хода: доставка к месту назначения, борьба с препятствиями, дорога домой;
- В русской сказке второй ход: неследование совету, наказание, неузнанное прибытие, решение задачи, узнавание;
- Развязка: получение награды.

В основе сюжета всех трех анализируемых сказок лежит ситуация путешествия героя в поисках средства, которое должно помочь в разрешении создавшейся ситуации: в «Волшебной горе» это живая вода, в «Сказке о молодильных яблоках» - молодильные яблоки, в сказке «Летучий корабль» - летучий корабль.

Сюжет сказок построен на цифре «3»: три брата, три препятствия, тридцатое царство, число помощников кратно трем. Подобное использование цифры «3» характерно для всех волшебных сказок, это связано с особенностями первобытного мышления и архаичного счета: изначально существовала парная система счета (представление первобытного человека об отдельном предмете дополнялось понятием о парных явлениях), т.е. все, что больше двух – много, следовательно, «три», как правило, означало «много», «долго», «далеко» или «столько, сколько нужно для достижения цели».

Композиционно все три сказки начинаются с события, которое переворачивает привычное для героя течение жизни (смерть матери, пропажа братьев, болезнь отца), безвозвратно на поиски волшебного средства уходят старшие братья, и главному герою приходится идти на поиски спасительного средства. Дорога герою предстоит долгая, полная препятствий и испытаний:

- героя польской сказки на пути ждут искушения золотой пещерой, райским садом, огнем. Но герой не поддается искушениям, достигает намеченной цели, получает

волшебное средство – живую воду, и использует ее по назначению – спасает не только свою умершую мать, но и людей, которые решили пожертвовать собой ради других;

- героя русской сказки ждет встреча с Бабой-Ягой. Образ Бабы-Яги двоякий – она и отрицательный герой (охранительница потустороннего царства, покойник), и помощник (хозяйка леса, мира животных) одновременно. Ее образ восходит к глубокой древности, когда «...плодородие мыслилось через женщину без участия мужчин...» [5, 134];

- герой украинской сказки проходит воинское испытание.

Причем, надо отметить, что только героя русской сказки ожидает долгая дорога домой, он нарушает запрет и сразу же наказывается предательством старших братьев, но, в конце концов, благодаря своим исключительным качествам и помощи дарителя, добро торжествует и герой получает заслуженную награду.

В процессе путешествия герой встречает множество препятствий, попадает в ситуации, из которых с честью выходит благодаря своим абсолютно положительным качествам. Причем, несмотря на социальные отличия (в польской и украинской сказках герой – неприглядный персонаж, у него нет семьи, тогда как главный герой русской сказки – царевич), все герои обладают одинаковыми качествами, которые помогают им преодолеть все препятствия: прежде всего они слушают и слушают не только старших, слово которых, безусловно, обладает народной мудростью, но и природу, которая несет в себе абсолютную истину; герои обладают всеми положительными качествами, которые отражают идеальное представление народа об идеальном герое: добротой, умом, смелостью, бескорыстием, человеколюбием, силой и т.д.

Таким образом, волшебная сказка передает народные представления о мире, об идеальном герое, о взаимоотношениях между людьми, утверждает идеалы доброты, смелости, ума и послушания – и, главное, нравственные ценности, утверждаемые сказкой, едины для всех народов.

Сопоставительный анализ славянских сказок позволяет соотнести исконные культурные, бытовые, нравственные особенности разных славянских народов.

Библиографический список

1. Буянова О.Д. Образ идеального героя в славянских сказках. Славяне и Сибирь. Сохранение культурного наследия. Материалы научно – практического семинара. Томск, 2003. Текст: непосредственный.
2. Доманский В.А. Культурологические основы изучения литературы в школе. Томск: ТГУ, 2000. Текст: непосредственный.
3. Ожегов С.И. Словарь русского языка: Ок. 57 000 слов/ Под ред. Чл.-корр. АН СССР Н.Ю. Шведовой.- М.: Рус. Яз., 1988. Текст: непосредственный.
4. Пропп В. Я. Русская сказка., М., 2000 г. Текст: непосредственный.
5. Пропп В. Я. Морфология волшебной сказки. Исторические корни волшебной сказки. М., 1998 г. Текст: непосредственный.

ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА ДИСКУРСИВНЫХ СЛОВ (НА ПРИМЕРЕ ПЕРЕВОДА С. МАЙЕР СУМЕРКИ. САГА.ЗАТМЕНИЕ)

Демина Диана Евгеньевна

*Научный руководитель - Глазырина Анастасия Валерьевна, преподаватель
ОГБПОУ «Томский политехнический техникум», г. Томск*

В современном, быстро изменяющемся мире межкультурная коммуникация выходит на новый уровень. Самым востребованным языком стал английский язык. Именно поэтому задача лингвистики изучить способы достижения успешной коммуникации. Несмотря на то, что ученые-лингвисты активно работают над изучением всех аспектов английского языка, существуют области, изученные не полностью, такие как теория дискурса, которая возникла в лингвистике сравнительно недавно. Сейчас дискурс – это одно из важнейших понятий лингвистики, в то время как дискурсивные слова – неотъемлемая часть связной человеческой речи. Также дискурсивные слова имеют большое значение при понимании контекстуальной стороны разговорной речи и ее понимании.

Актуальность темы обусловлена слабой изученностью проблемы дискурсивных слов в лингвистике и отсутствием описания специфики перевода дискурсивных слов в исследованиях по теории и практике перевода. Однако, перевод дискурсивных слов представляет определенные сложности, что связано с тем, что дискурсивные слова помогают построить экспрессивное и логическое высказывание, но не обладают общепринятым денотативным значением.

Объектом исследования являются дискурсивные слова как средства связности и экспрессивности. Предметом исследования выступают способы перевода дискурсивных слов.

Цель работы – определить способы перевода дискурсивных слов на материале художественного произведения С.Майер «Сумерки. Сага. Затмение» и его переводов на русский язык. Данное произведение выбрано в силу его относительной молодости и популярности.

В процессе работы были решены следующие задачи: определение понятия «дискурсивное слово»; выявление специфики употребления дискурсивных слов в функциональных стилях речи; описание функции дискурсивных слов в художественном тексте; сравнительный анализ и определение способов перевода дискурсивных слов на основе двух переводов художественного произведения С. Майер «Сумерки. Сага. Затмение» на русский язык.

Термин «дискурс» – сравнительно новое понятие в лингвистике. Акцентуализация внимания на данном термине приходится на начало 60-х г. XX в. Как утверждает Е.В.Куликова, «независимо от национальной лингвистической школы или теоретического направления, термин «дискурс» всеми учеными применяется для исследования и описания явлений, относящихся к речи» [Куликова 2008: 198]. Сейчас дискурс – это одно из важнейших понятий лингвистики. «Четкого и общепризнанного определения «дискурса», охватывающего все случаи его употребления, не существует, и не исключено, что именно это способствовало широкой популярности, приобретенной этим термином за последние десятилетия» [Энциклопедия Кругосвет: 2013]. В. Б. Кашкин согласен с данным

утверждением. Он говорит, что «понятие дискурс в современной лингвистике является, вероятно, наиболее туманным и неопределенным» [Кашкин 2004: 5]. Следовательно, существует необходимость определить термин «дискурс» более точно.

Объединив многочисленные определения понятия «дискурс», можно сказать, что дискурс – связный текст, зависящий от экстралингвистических факторов, имеющий связь с определенным отрезком времени и сопровождающийся передачей или обменом информацией. Данный связный текст объединен смысловыми связями, не существующими без ряда определенных слов, которые мы называем дискурсивными. Именно они обеспечивают связность текста.

Любая беседа, диалог, монолог не могут происходить без употребления дискурсивных слов, как в устной, так и в письменной речи. Так как для диалогической речи характерна высокая экспрессивность, эмоциональная окраска, высокая степень связности ввиду неразвернутости мыслей, что обеспечивается дискурсивными словами. Однако, дискурсивные слова являются не только средствами связи и экспрессивности, но и средствами передачи условных возможностей. К тому же, существуют дискурсивные слова с модальным значением, имеющие условно предположительное значение и т.д. Таким образом, дискурсивные слова многофункциональны.

Анализ проблемы перевода дискурсивных слов выполнен на основе произведения С. Майер «Сумерки. Сага. Затмение» и двух его переводов, выполненных О.И. Василенко и В. Васильевым. Оба перевода пользуются популярностью по всему миру. В оригинале и переводах произведения – большое количество дискурсивных слов.

В ряде случаев перевод дискурсивных слов совпадает, так как в силу тесного межкультурного взаимодействия образовались относительно устоявшиеся эквиваленты, употребляющиеся в определенном контексте. Рассмотрим примеры, когда оба переводчика применяют одни и те же приемы перевода дискурсивных слов, исходя из контекста.

Оригинал	Перевод О.И.Василенко	Перевод В. Васильева
1. Charlie sighed. “ So what’s all this about?” I asked him.	Чарли вздохнул. — Ну и что все это значит? — спросила я.	Чарли вздохнул. – Ну и что все это значит? – спросила я.
2. I was just to the part where Heathcliff returns when Charlie cleared his throat and threw the paper to the floor.	Я как раз успела добраться до той части, где возвращается Хитклифф, когда Чарли откашлялся и кинул газету на пол.	Я как раз дочитала до момента возвращения Хитклиффа, когда Чарли кашлянул, прочищая горло, и скинул газету на пол.
3. “That’s true,” he said. “ But you have other friends besides the Cullens, Bella. Or you used to.”	– Это правда, – сказал он. – Но у тебя есть и другие друзья помимо Калленов, Белла. По крайней мере , были.	Это правда, – сказал он. – Белла, но у тебя есть и другие друзья кроме Калленов. По крайней мере , раньше были.

Несмотря на то, что в последнем из приведенных примеров слово “besides” переводится по-разному, данные переводы дискурсивных слов можно считать эквивалентными, так как в русском языке слова «кроме» и «помимо» имеют одинаковое значение. Такие примеры встречаются довольно часто. В качестве приема перевода применяются логическая синонимия и калькирование.

Случаи использования переводчиками приема добавления – частое явление в анализируемом произведении. Это обусловлено тем, что количество дискурсивных слов в русском и английском языках отличается кардинальным образом. Для русского языка характерно употребление большего количества дискурсивных слов в сравнении с английским.

Оригинал	Перевод О.И. Василенко	Перевод В. Васильева
4. Charlie's efforts were unnecessary – Edward knew exactly what my dad was thinking without the show.	Все его усилия были, в общем-то , напрасны, ведь Эдвард прекрасно знал его мысли и без этого шоу.	Все его усилия были, в принципе , напрасны, ведь Эдвард и так прекрасно знал его мысли и без этого показательного выступления. ⁵
5. His gun belt was already slung in place – he hadn't felt the need to wear that to the station for a few weeks.	Его кобура с пистолетом лежала на своем месте, поскольку необходимости носить ее постоянно не было вот уже несколько недель.	Его портупея уже давно лежала на месте, поскольку вот уже несколько недель, как Чарли не носил оружие.

В примере 4 оба переводчика используют переводческий прием добавление. «В общем-то» и «в принципе» являются синонимами, обозначающими, как обстоят дела в целом. В оригинальном тексте именно общее состояние дел и имеется в виду, именно поэтому оба переводчика прибегают к добавлению, чтобы передать достоверный смысл предложения. В примере 5 снова имеет место переводческий прием добавление наряду с логической синонимией. При переводе О.И. Василенко и В. Васильев используют разный порядок слов, но это не вносит значения противоречия, так как в целом смысл передан верно. В английском языке используется PastPerfect для выражения действия в прошедшем времени, результат которого известен. В русском же языке нет таких временных форм и, поэтому используется дискурсивные слова «вот уже», которые указывают на промежуток времени в прошлом, в течение которого происходит действие.

Интересны случаи ввода дискурсивных слов в предложение, когда в тексте оригинала они отсутствуют, как происходит это в примере 6.

Оригинал	Перевод О.И. Василенко	Перевод В. Васильева
6. I cut him off. “Can you get to the point, Dad? What's your condition — exactly?”	Я прервала его. – Ты можешь, наконец , перейти к сути, папа? Каково твое условие — точнее?	Я резко оборвала его: – Ты можешь, наконец , перейти к сути, папа? Какое условие – точнее?

В данном случае мы видим, что в тексте оригинала нет дискурсивного слова. Тем не менее, и В. Васильев, и О.И. Василенко вводят «наконец» в качестве контекстного связующего звена. Для носителя русского языка становится понятно, что данным вопросом выражается раздражение, связанное с нетерпением, так как данное слово в Толковом словаре русского языка имеет значение «недовольства, нетерпения». В английском языке это значение передается глаголом “cutoff” – резко прервать, оборвать. В примере 6 прием добавление вполне оправдан, так как выражает имплицитный подтекст путем ввода лексической единицы – дискурсивного слова.

К дискурсивным маркерам могут относиться не только отдельные слова, как мы уже убедились в приведенном анализе, но и конструкции, выражения, вводные предложения. с. Это своего рода связующее звено между участниками коммуникативного акта.

В ходе анализа произведения С.Майер «Сумерки. Сага. Затмение.» и двух его переводов, выполненных О.И. Василенко и В. Васильевым выявлены ряд способов перевода дискурсивных слов и процентное соотношение реализации определенных функций дискурсивными словами. Процентное соотношение реализации функций дискурсивных слов в художественном тексте будет выглядеть следующим образом:

1. Когерентная (84%);
2. Эмотивная (65% случаев);
3. Фатическая (63% случаев);
4. Метадискурсивная (34% случаев);
5. Конативная (21% случаев).

Таким образом, дискурсивные слова в художественном тексте служат средствами экспрессивности и связности дискурса. Основными проблемами перевода являются отсутствие эквивалента, выбор приема перевода, определение функций дискурсивных слов при переводе и выявление отличия от слов-паразитов. Исходя из каждого конкретного случая, выбираются определенные способы и приемы перевода.

Эквиваленты перевода дискурсивных слов могут быть разными:

- Союзы (17%)
- Клитики (14%);
- Вводные предложения (14%);
- Частицы (11%);
- Наречия (8%).

Итак, можно сказать, что при переводе в качестве эквивалентов дискурсивных слов в большинстве случаев выступают различные дискурсивные маркеры, процентное соотношение которых не отличается кардинальным образом, что и осложняет процесс перевода. Выбор единицы перевода зависит от функций, выполняемых дискурсивными словами в тексте. При этом используются различные приемы перевода, которые в процентном соотношении выглядят следующим образом:

- Логическая синонимия (48%);
- Грамматическая замена (43%);
- Калькирование (7%);
- Опускание (2%).

Таким образом, дискурсивные слова могут опускаться при переводе в только редких случаях, когда дискурсивное слово не несет имплицитного значения, так как они являются важным компонентом речи.

Основными проблемами перевода дискурсивных слов являются отсутствие словарей дискурсивных слов, устоявшегося эквивалента и общепринятого денотата, десемантизация дискурсивных слов, неопределенный статус в языке, определение функций дискурсивных слов при переводе, а также разный объем дискурсивных слов в русском и английском языках.

Библиографический список

1. Кашкин В.Б. Дискурс: учебное пособие – Лаборатория оперативной полиграфии ВГУ: 2004г. – 76с.
2. Куликова Е.В. Языковая специфика рекламного дискурса.//Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, 2008, № 4, с. 197–205
3. Дискурсивные слова и особенности их функционирования в современном английском языке. //Курсовая работа. - 25 с. URL: <http://diplomant-spb.ru/index.php/uslugi/gotovye-raboty/599-diskursivnye-slova-i-osobennosti-ikh-funktsionirovaniya-v-sovremennom-anglijskom-yazyke-kurovaya-rabota-25-str>(дата обращения: 01.12.2021). Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.
4. Дискурсивные слова русского языка: опыт контекстно-семантического описания / Под ред. К. Киселевой и Д. Пайара. М.: Метатекст, 1998. – 447 с.
5. Meyer Stephenie. Eclipse - Little, Brown Book Group — 2009. - 576с.
6. Майер С. Сумерки. Сага. Затмение (перевод О.И. Василенко) — М: АСТ. - 2020 — 640с.
7. Майер С. Сумерки. Сага. Затмение (перевод В. Васильева) — М: АСТ. - 2008 — 593с.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА МЕТОДА ПЕРЕРАБОТКИ ТВЁРДЫХ БЫТОВЫХ ОТХОДОВ В ГОРОДЕ ЧЕРНОГОРСКЕ

*Хватов Владимир Владимирович, Кривошапов Руслан Александрович
Научный руководитель – Титанаква Елена Валерьевна,
преподаватель ГБПОУ РХ ЧГСТ, г. Черногорск*

Черногорск – город республиканского значения; он расположен в 18 км от столицы республики Хакасия, города Абакана. Черногорск современный развивающийся город, который вырос из нескольких рабочих шахтерских поселков.

Развитие промышленности и улучшение материального уровня жизни привели к увеличению отходов жизнедеятельности людей.

Проблема: большая свалка возле Черногорска не уменьшается, ТБО становится больше с каждым годом, ухудшается экология города, постоянно подвозится большое количество тонн мусора с близлежащих пунктов города [2,3].

Основная цель развития города: Повышение уровня и качества жизни населения города Черногорска

Цель работы: обосновать необходимость постройки завода для переработки ТБО в городе Черногорске для более успешного его развития.

Задачи руководства города: развитие экономического потенциала города, обеспечение безопасной жизни в городе, улучшение качества городской среды.

Задачи исследования:

- 1- Показать необходимость переработки ТБО
- 2- Выбрать метод переработки и вид ТБО для переработки
- 3- Экономически обосновать выбор

Гипотеза: улучшение экологии города создается через утилизацию ТБО, что положительно скажется и на экономическом развитии города.

Методы исследования: наблюдение, изучение и анализ источников по состоянию экономического развития города, опрос, математические расчеты.

В настоящее время в республике имеется пять мусорных полигонов: в Абазе, Сорске, Черногорске, Аскизе и Усть-Абакане [4].

Приведём расчеты, исходя из численности жителей города. В городе проживают более 70 тысяч черногорцев. Для расчета возьмем семью из 5ти человек, тогда минимум 14 тысяч семей оказывают влияние на состояние чистоты города.

Расчеты отходов хозяйственной деятельности жителей города таковы: в среднем семья из 4-5 человек в день выбрасывает 1 пакет мусора около 2 кг, в месяц это 60 кг, в год 730 кг. Из расчета семьи в городе примерно 14 000 семей, тогда в день выбрасывается 28000 кг, в месяц это 840000 кг, в год 10220000 кг=10220 тонн.

Замечено, что очень большое количество ТБО накапливается на свалках и не все могут разложиться в земле в течение нескольких лет.

За городом находится полигон для утилизации бытовых отходов из прилегающих городов: Абакан, Усть-Абакан, Черногорск. Плохо влияет на экологию, так как закапываются после первичной минимальной сортировки.

Пример: в Саяногорске начала работу временная перегрузочная площадка, об этом сегодня на пресс конференции рассказали в администрации города. Саяногорск перешел на новый уровень работы с отходами, которые собираются с города и поселков. Картон, пластик, стекло, металлы и все материалы, которые можно пустить в дело повторно выбираются, прессуются и отправляются на специальные комбинаты, расположенные в разных городах страны. Ну а то, что остается, а это совсем немного, утилизируется на лицензированный полигон в город Черногорск.

Система очистки города от ТБО характеризуется монопольностью предоставляемых услуг, охватывает не все виды ТБО, подлежащих вывозу и уничтожению. Положение усугубляется нехваткой финансирования, что можно наблюдать по повышению тарифов на вывоз мусора с жилого дома или квартиры. Общее загрязнение и накопление может привести к прогрессивному нарастанию объемов ТБО, появлению несанкционированных свалок и отсутствию организаций, занимающихся их расчисткой.

Недалеко от нашего города планируется строительство комплекса по механизированной переработке твердых бытовых отходов. [8]

Предложение: на территории комбината Искож наладить переработку бытовых отходов.

В данный момент в городе этим вопросом занимаются частные предприниматели – с узким направлением по утилизации пластиковой тары, которую перевозят для переработки в Красноярск, картонная тара на территории бывшего комбината ПОШ. [6]

Приведем некоторые показатели экономического развития города [5]: численность за последние 3 года увеличилась на 2%, уровень безработицы практически не повышается, объём промышленного производства практически неизменен, среднемесячная заработная плата растет, инфляция также повышается.

Снижение численности зафиксировано в следующих видах деятельности: добыча полезных ископаемых – 94,6%; финансовой деятельности - 93,7%; деятельность гостиниц и ресторанов – 95,2%; строительство – 90,5%; операции с недвижимым имуществом – 89,9%.

Рост занятых наблюдался в следующих видах деятельности: обрабатывающие производства – 102,8%, производство и распределение электроэнергии, газа и воды – 113,6%; оптовая и розничная торговля – 106%; транспорт и связь – 127,8%.

Ситуацию можно улучшить путем создания дополнительных рабочих мест на построенном заводе для переработки ТБО. Улучшение будет не только со стороны экономической, но и экологической. Для постройки потребуются инвестиции - в основном привлеченные со стороны средства. Экономия создастся за счет уже имеющегося здания, необходимо закупить оборудование, организовать переработку ТБО на местах, подвоз на завод и дальнейшее использование переработанных ТБО. Экономическая выгода скажется на снижении безработицы, а в первую очередь на экологии города.

Изучив литературу, опыт переработки ТБО в городе Омске, их проблемы, а также зарубежный опыт переработки отходов, можно прийти к выводу, что в городе Черногорске необходим свой конвейер или установка или предприятие для определенного вида ТБО. Охватить все виды ТБО невозможно, поэтому, методом наблюдения за выбросами в течение 4-х месяцев, методом отслеживания видов ТБО на пунктах выброса и полигонах, необходимо выбрать тот вид переработки ТБО, который наиболее загрязняет наш город. Для подтверждения наших наблюдений мы также провели опрос среди студентов техникума о наиболее распространенных видах ТБО в нашем городе.

Данные опроса отличаются от данных по наблюдению на 2-5%: наибольший объем ТБО приходится на пластмассовые изделия, второе место занимают отходы со стеклом, металлом, на третьем месте стройматериалы и пищевые отходы.

Вывод: наибольшее количество ТБО – пластмассовые, стекло и металлические. Так как пластмассовые ТБО утилизируются частными предприятиями и увозятся в город Красноярск для дальнейшей утилизации, необходимо наладить переработку металлических и стеклянных ТБО.

Итак, наиболее приемлемым является переработка ТБО стекла, металла.

На основе проведенного исследования, можно сделать выводы и предложения:

1. Улучшение экологии города и прилегающих территорий.
2. Улучшение экономического состояния города – повышение занятости, дальнейшее применение переработанных ТБО в производстве.
3. На уровне ЖКХ наладить первичную сортировку ТБО.
4. Провести с населением пропаганду ЗОЖ и необходимости утилизации и разделения отходов по видам.
5. Наладить первичную сортировку - пищевые, ТБО по видам стекло, пластиковая тара, бумажные отходы.
6. Составить смету для налаживания переработки ТБО на бывшем комбинате Искож или на территории свалок (смотри приложение схему сравнения и мету).

Необходимость:

1. Ухудшение экологии города.
2. Накопление мусора, который долго разлагается.
3. Экономическая выгода для города и Республики.
4. Ликвидация микросвалок.

В дальнейших планах у руководства организаций, занимающихся перевозом, переработкой и утилизацией отходов, строительство закрытого завода по переработке ТБО, и практически полное исключение остатков. Есть намерения то, что остается

сжигать в закрытых печах или превращать это в газ, причем соблюдая все требования закона об экологии.

Библиографический список

1. Социально- экономическое развитие города Черногорск/ [сайт]. – URL: <http://textarchive.ru/c-2042535.html>
2. Стратегическое планирование в Республике Хакасия [сайт]. – URL: <https://r-19.ru/authorities/ministry-of-economy-of-the-republic-of-khakassia/useful/3466/23319.html>
3. Экономические перспективы Хакасии [сайт]. – URL: <http://www.черногорскийрабочий.рф/node/16595>
4. Городская целевая программа социально- экономического развития муниципального образования город Черногорск/ [сайт]. – URL: <https://pandia.ru/text/78/257/84070.php>
5. Социально- экономическое развитие города Черногорск /[сайт]. – URL: http://www.chernogorsk.com/ekonomika/ekonomika_goroda/mser/
6. Экологическая обстановка в городе Черногорск /[сайт]. – URL: <https://ok.ru/priroda19/topic/68701522960405>
7. Мусор Саяногорска стали сортировать/[сайт]. – URL: <http://www.first-city.ru/news/musor-sayanogorska-stali-sortirovat-55985/>
8. Экология города Черногорска/[сайт]. – URL: <http://ekolog.chernbib.ru/ekologiya-goroda/ekologiya-goroda-chernogorska/>

МОЯ СЕМЬЯ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

Артеменко Вячеслав Сергеевич

*Научный руководитель – Марина Петровна Шишкина, преподаватель
ГБПОУ РХ «Хакасский колледж профессиональных технологий,
экономики и сервиса», г.Абакан*

Исследовательская работа посвящена 77-летию победы в Великой Отечественной войне. Победа в ней Советского Союза в значительной степени определила ход и характер послевоенного мирового развития. Война оставила неизгладимый след в сознании миллионов людей, стала для них важнейшим событием личной биографии, вехой исторической памяти, разделив жизнь на периоды "до" и "после" войны. До недавнего времени приходилось видеть и констатировать катастрофический упадок знаний по этому вопросу. В этой войне наш народ совершил подвиг, в котором слиты воедино величайшее мужество воинов, партизан, участников подполья.

Когда он подвиг совершает,
То не заботиться ничуть.
Узнает кто иль не узнает
О нем самом когда – нибудь

Так писал Феликс Чуев о советском солдате, так было всегда, когда наши воины бросались в яростную атаку, закрывали своим телом амбразуру, когда отважные летчики шли на таран самолета противника.

Современная молодежь плохо знает историю своей семьи в годы ВОВ. Актуальность данной темы не вызывает сомнения. Проблема изучения истории своей семьи в современной ситуации являются одной из наиболее значимых. Великая Отечественная война вошла в каждую семью. В каждый дом. Мужчины ушли на фронт, а женщины и дети остались в тылу. Мои родственники не остались в стороне. Дедушки и прадедушка ушли на фронт, а бабушка и прабабушка остались их ждать. Вязали на фронт носки и варежки, работали в поле в совхозе. Все они приближали Победу своими подвигами.

Я задался целью узнать о жизни родственников в это страшное время и более подробно познакомиться с историей моей семьи.

Изучая историю своей семьи, мне стало интересно, какую роль сыграли мои предки в Великой Отечественной войне. Ведь из таких отдельных, маленьких историй составляется большая история.

Материал для работы был взят из семейных документов, семейных фотографий, из устных воспоминаний родственников. В работе мне очень помогли интернет ресурсы, книги по истории XX века и литература по истории войны.

Объективная область исследования: Великая Отечественная война.

Предмет исследования: члены моей семьи, проживавшие в годы войны.

Цель исследования: изучение биографии моей семьи в годы Великой Отечественной войны.

Задачи исследования:

- собрать и проанализировать воспоминания, документы, сохранившиеся в семье;
- изучить необходимую литературу по данной теме;
- систематизировать собранный материал;
- провести анкетирование студентов колледжа.

В процессе решения поставленных задач мы опирались на следующую **гипотезу**: память о Великой Отечественной войне будет сохранена, если каждый будет знать и помнить о войне, и будет передавать свои знания всем своим поколениям по наследству.

Методы исследования:

- анализ документов
- исследовательский
- теоретический;
- метод социологического опроса (вид опроса анкетирование и интервью).

Практическая значимость результатов исследования: материал, полученный в ходе исследования, можно использовать на уроках истории, на классных часах, при оформлении стендов, посвящённых ВОВ, при разработке индивидуальных программ для факультативов и экспозиций музеев.

Мои родственники в годы Великой Отечественной войны.

Семья Васечкиных проживала в Ленинградской области.

Прадедушка Васечкин Андрей Данилович работал в милиции. В 1941 году был призван в армию, воевал на Волховском фронте, получил серьезное ранение. Часть осколков от снаряда осталось в легком, долго лечился и был комиссован. Вернулся с осколками в груди, боль от которых мучила его 11 лет, ушел из жизни в 1952 году.

Прабабушка Васечкина Таисия Яковлевна была труженицей тыла.

Муж ушел на фронт, оставив супругу с четырьмя маленькими детьми. Наступили тяжелые и голодные времена. Линия фронта подошла к Мстинскому мосту, до станции остановилось 18 км. Из дома их выселили, оборудовав в нем военный склад. Семья поселилась в леспромхозе. На территории станции стояло 8 зенитных батарей, которые держали оборону через реку Мсту.

Таисия Яковлевна работала на железнодорожной станции. Отдавала последнее своим детям, чтобы они не умерли с голоду. Постоянные бомбежки, голод, холод, изнурительный каждодневный труд. Как она выжила в это время, сохранила своих детей?!

Когда началась ВОВ, моему дедушке Васечкину Александру Андреевичу исполнилось 4 года. В 1944 году пошел в школу, учился хорошо. После школы с отличием окончил Маловишерское железнодорожное училище по специальности – «поездной вагонный мастер». Был направлен работать в г. Выборг. В памяти от войны у него остался страх от постоянных бомбардировок. В наше время Александр Андреевич является страстным дачником и любителем тайги и дикой природы.

Семья Гавриленко.

Отец моей бабушки Гавриленко Кузьма Григорьевич (13.11.1909 - __.__.1985 гг.) служил в Боготоле. В период Великой Отечественной войны был определен комендантом в железнодорожные войска, сопровождал эшелонные войска на фронт. Закончил войну в 1944 году в Чехословакии в чине старшего лейтенанта. После войны работал плановиком-экономистом.

На фронте воевали два брата Ульяны Дмитриевны Гавриленко. Младшего брата Николая забрали в армию, когда ему исполнилось только 18 лет. Через 4 месяца пришла похоронка. Старший брат Александр Дмитриевич Почепкин участвовал в освобождении Восточной Европы, после демобилизации работал в разведке. Все воевавшие были награждены медалями и орденами. Но увы, до наших дней сохранилась только одна¹

Анкетирование обучающихся колледжа.

Изучая историю своей семьи, я задумался о том, что современное поколение знает о Великой Отечественной войне. Было проведено анкетирование, участвовало 100 человек, большинство из которых – это студенты, но также есть ответы и взрослого населения. После обработки и систематизации данных выяснилась следующая картина.

В итоге, на первый вопрос: «Что включает в себя план Барбаросса?» 53 % опрошенных ответили, что это молниеносный захват СССР Германией за 6-8 недель. На второй вопрос: «Как называется операция, в ходе которой Красная Армия завершила Великую Отечественную войну?» 60% студентов назвали Берлинскую наступательную операцию. 92% знают даты начала и окончания Великой Отечественной войны. Фамилии известных военачальников назвали 38% респондентов, в основном вспомнили Жукова и Тимошенко. 62% знают, что Верховным Главнокомандующим в годы войны был И.В. Сталин. На вопрос: «Почему советский народ одержал победу в Великой Отечественной войне?» 68% студентов отметили массовый героизм на фронте и в тылу, патриотизм населения, уверенность в победе, активное партизанское движение в тылу врага.

Историю своей семьи в годы ВОВ знают всего 15% студентов. Говорят о войне с родителями, бабушками и дедушками всего 10% опрашиваемых.

¹<http://podvignaroda.ru/?#id=1535875576&tab=navDetailManAward>

Можно предположить, что пройдет еще 20-25 лет и многие совсем ничего не будут знать о подвиге нашего народа. Радуется, что некоторые студенты посещают музеи города, интересуются историческим прошлым нашей страны.

Несмотря на то, что большинство опрошенных - правнуки ветеранов Великой Отечественной войны, они недостаточно знают о героических событиях тех дней.

Таким образом, современной молодежи необходимо больше интересоваться историей Великой Отечественной войны, читать о войне, смотреть художественные и документальные фильмы для того, чтобы сохранить историческую память о войне и передать знания подрастающему поколению.

Подводя итоги опроса, можно с уверенностью сказать, что Великая Отечественная война не пустой звук для современного поколения, мы знаем наших родственников участников войны, чтим память погибших, участвуем в знаменитой акции «Бессмертный полк». Вечная память, сострадание к павшим в бою, благодарность нашим предкам, скорбь и в то же время большая гордость – все это испытывает современное поколение, когда вспоминает те ужасные события середины двадцатого века. Мы считаем, что наше поколение должно, просто обязано знать как воевали и погибали наши прадеды, ведь они преградили дорогу фашистам к мировому господству, остановили распространение их притязаний на другие страны и континенты.

Сделанные выводы на основе результатов проведенного социологического исследования могут быть использованы студентами, преподавателями, классными руководителями, с целью проведения мероприятий по развитию исторической памяти современной молодежи.

Библиографический список

1. Воспоминания Васечкина Александра Андреевича, 1936 г.р., и Васечкиной Светланы Кузьминичны, 1947 г.р.
2. Гавриленко В.К. «Наши современники. Достояние Хакасии». – Издательство: Бригантина, 2009. С 202-203.
3. Общедоступный электронный банк «Память народа в Великой Отечественной войне 1941 – 1945 гг.» <http://www.pamyat-naroda.ru/>
4. Семейный архив.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-КОММЕРЧЕСКИХ УРБАНОНИМОВ АБАКАНА (В ПЕРИОД 2019-2021ГГ)

*Дубасов Данил Евгеньевич
Научный руководитель – Наталья Дмитриевна Цыганова,
преподаватель, канд. фил. наук
ГБПОУ РХ «Училище (техникум) олимпийского резерва», г. Абакан*

В современной лингвистике отмечается повышенный интерес к изучению наименований городских социальных и коммерческих объектов, что представляется вполне оправданным, так как их анализ позволяет описать материальную и духовную сферы городской жизни, эстетический вкус горожан с точки зрения лингвистики. Ономастику города Абакана в разных аспектах исследовали А.В. Гусейнова [1] и В.М.

Мальцева [3], однако социально-коммерческие урбанонимы города Абакана не были системно описаны в лексико-семантическом и структурном аспектах, особенно если учесть мобильность, активное постоянное обновление и пополнение этого слоя лексики. Материалом для исследования послужили наименования социальных и коммерческих объектов города Абакана, представленных названиями предприятий гостиничного, туристического и ресторанного сервиса, сферы обслуживания (парикмахерских, магазинов, спа-салонов, салонов красоты, центров культуры, отдыха и спорта и т.д.) в количестве 291 единицы (названия).

Мы в своей работе используем термин «урбанонимы» в узком значении вслед за В.И. Супрун [2]: как наименование социально-коммерческих городских объектов в сфере туризма, общественного питания, культуры, спорта, торговли и пр. В работе анализируются лексико-семантические особенности социально-коммерческих урбанонимов Абакана в конкретный период (2019-2021 гг), которые являются отражением культурно-эстетической среды города.

Классификационно-статистический анализ позволяет представить культурно-эстетическую среду города. По результатам нашего исследования, наибольшее количество наименований написано на кириллице и является объектными (мотивированными): («Ателье», «Аптека», «Овощи и фрукты», «Рыба», «Пекарня», «Парикмахерская»). Сюда же примыкают и названия с уточняющим компонентом, в том числе с элементами языковой игры: «Верхняя одежда», «Русские блины», «Грузинская кухня», «Головные уборы», «Одежда из Европы».

В группе условно-символических названий доминируют названия женскими именами (причём объекты, названные женскими именами, могут быть самыми разными: магазины женской одежды, нижнего белья, бытовой химии и т.д., парикмахерские, салоны красоты и т.д.): «Ева (магазин для женщин)», «Линда», «Милана» (продукты), «Владлена», «Натали» (свадебный салон), «Лидия», «Юлия» (магазин нижнего белья) и др.

Меньше всего названий, отсылающих к реалиям культуры и фольклора, а также содержащих посвящение: парикмахерская «Руслан и Людмила», кафе «Котофей».

Довольно интересны некоторые названия с точки зрения языковой игры. Так, названия типа «Андреич», «У Иваныча» (магазины пивные), кофейня «Чебурек Иваныч» и т.п. несут коннотативное значение чего-то домашнего, знакомого, близкого, весёлого.

Интересную и мотивированную контаминацию денотата и коннотата представляют собой урбанонимы подобного типа: кафе быстрого питания «Обжорка» (денотат – заведение общественного питания, коннотат – очень вкусно там кормят, как раз для любителей хорошо поесть), магазин детской одежды и обуви «Весело шагаем» (денотат – магазин обуви, то есть того, в чём шагают; коннотат – магазин хорошей обуви, в которой шагать весело) и «Радуга» (денотат содержится в дополнительной записи: «магазин детской одежды», а коннотат – одежда ярких, разных, радостных, радужных цветов), магазин товаров для детей «Ладушки» (слово, напоминающее детский стишок-игру). Иногда игровая коннотация обнаруживает нежелательный эффект: например, парикмахерская с названием «Чик-чик» создаёт впечатление чего-то несерьёзного, непрофессионального, быстрого и некачественного сервиса.

Название магазина алкогольной продукции «Вечный зов» содержит коннотацию иронии и самоиронии. «Перцы» – название учреждений общественного питания, сочетает в себе два смысла: перцы как продукт питания и перцы – «крутые» парни (на сленге).

Немотивированными могут выступать и русские названия, например: магазин мебели «Император», «Запрет» (магазин отечественных бреднов).

Особое место занимают иноязычные названия или названия на латинице (на английском языке, например).

В визуально-структурном аспекте урбанонимы представляют интерес и служат материалом для дальнейшего исследования.

Систему городских социально-коммерческих наименований можно охарактеризовать как мозаичную, коллажную: с одной стороны, тяготение к стереотипу, стандарту (названия родовидовые, женским именем или словом со значением природного объекта), а с другой, – влияние моды, массовой культуры, стремление выделиться (название, написанное частично или полностью латиницей, русские слова на латинице, иноязычные слова на кириллице, немотивированные названия, названия с определённой коннотацией).

Библиографический список

1. Гусейнова, А. В. Хакасская урбанонимия города Абакана: фоносемантический аспект / А. В. Гусейнова // Мир науки, культуры, образования. – 2017. – No 5 (66). – С. 346–348.
2. Мадиева Г.Б., Супрун В.И. Система современной русской урбанонимической терминологии. Волгоград: Волгоградский гос.соц.пед.ун-т. 2017.
3. Мальцева В.М. Региональная специфика современного ономастикона города Абакана // [Электронный ресурс]: cyberleninka.ruГрнти>...-onomastikona-goroda...(дата обращения: 25.09.2021).

БИБЛЕЙСКИЕ МОТИВЫ В СЕРИАЛЕ «СВЕРХЪЕСТВЕСТВЕННОЕ»

*Змиевский Станислав Витальевич, Синцов Даниил Дмитриевич
Научный руководитель – Буянова Оксана Дмитриевна, преподаватель
ОГБПОУ «Томский политехнический техникум», г. Томск, Россия*

Библия существенно повлияла на развитие искусства. Христианская вера уже до конца I столетия получила много приверженцев в мире. Во многих европейских странах были основаны христианские общины. Позднее, они были основаны в Малой Азии, Северной Африке, а со временем Христово учение распространилось по всему миру. Библия стала самой популярной книгой и существенно повлияла на развитие мировой литературы. Она переводилась многими языками, а сюжеты из Святого Писания стали основанием многих произведений.

Многие поколения людей размышляли о Библии, соизмеряли с ней свои мысли и поступки. Книга книг всегда являлась ключом, помогающим человеку раскрывать смысл жизни и тайны мироздания. Библия позволяет более полно интерпретировать многие мотивы, сюжеты и образы мировой литературы и культуры.

Целью данной работы является анализ интерпретации библейских образов в культовом сериале «Сверхъестественное». Почему именно кинематограф? Почему именно сериал? Не секрет, что нынешнее поколение не отличается приверженностью к чтению книг, а многие зачатую составляют свое мнение об исторических событиях или личностях именно по сериальным либо кинематографическим интерпретациям – это формирует извращенное понимание исторического прошлого у молодежи. Мы сравним библейских персонажей и их воплощение в сериале.

Греческое слово «та библия» означает множественное число от слова «библос» – книга. Библия – это целая библиотека древних идеологических, исторических и литературных памятников, созданных на Ближнем Востоке на протяжении 15 веков десятками и сотнями известных или неизвестных; сюда еще надо добавить редакторов и обработчиков этих книг в разных веках истории. Но с точки зрения религии библия была дана людям самим богом. Для чего? В текстах библии бог раскрывает нам «правила» достойной и праведной жизни, те каноны, которые помогут человеку вести правильную и мирскую жизнь.

В сериале «Сверхъестественное» рассказывается о двух братьях – Сэме и Дине Винчестерах, которые занимаются семейным делом – выслеживают и убивают демонов, вампиров, оборотней, призраков и прочих мифических существ. За 15 сезонов они успели отомстить за смерть матери, остановить апокалипсис (и не один раз), побывать в Аду, пройти через Чистилище, испытать одержимость демонами, впустить в свои тела ангелов, уничтожить древних монстров, сразиться с самой Тьмой и выйти на тропу войны с Богом. Чем больше они погружались в тайны мироздания, тем сложнее становилось разделить белое и черное. Монстры превращались в друзей и союзников, а силы добра, напротив, оказывались самыми опасными на земле.

Как мы сказали, согласно религиозным предписаниям библию писал сам бог. Что же нам говорят сценаристы сериала? Бог Чак, воплощение всех низменных человеческих страстей, капризный, жестокий, ослепленный властью писатель, готовый уничтожить все миры в угоду собственной прихоти, диктовал писания секретарю Метатрону, а так называемые пророки, которые сменяют друг друга, могут не только записать происходящее, но и предсказывать будущее и изменять настоящее. Более того, вспомним, что в христианстве бог – это непреложное добро (несмотря на потопы и нелепые, с точки зрения современности, убийственные приказы), тогда как в сериале бог может уйти в отпуск или стать мстительным и злым существом, кроме того, богом может стать пророк или тот, у кого хватит смелости принять в себя эту силу.

А ангелы и рай?

В библии ангелы – это бесплотные духи, участвующие в творении и жизни мира и исполняющие волю бога, они его вестники и посланники. Природа ангелов в Библии почти не обсуждается; указывается лишь на то, что они – духи, не имеющие плоти и костей и в этом подобны Самому Богу. А что в сериале? Создатели сериала не показали нам истинный облик ангелов, только их «земные сосуды», ибо истинный облик ангела увидеть невозможно, ведь они огромны (Кастияэль утверждал, что он размером с Крайслер-Билдинг, высота которого 320 метров), у них есть крылья, но увидеть их можно только или после смерти ангела или очертания тени при вспышке яркого света. Давайте вспомним, что когда рай истощился, и нам его показали, мы не видели истинный облик их, только опять «земные сосуды» ходили по офисному зданию. Да и сериальные ангелы

вовсе не ангелы даже, ведь они кровожадны, алчны, некоторые откровенно ненавидят людей, хотя именно за это библейский бог низверг Люцефера в ад.

А что же ад? Демоны? Демоны в библии – это падшие ангелы, бессмертные создания, служащие сатане, они были изгнаны с небес и ныне ожидают последнего суда. Их умы постоянно настроены на противление Богу, добру, истине, Царству Христа и благополучию людей; они обладают реальной, хотя и ограниченной, свободой действий, пусть даже, по образному выражению Кальвина, они всюду волочат за собой свои цепи и не могут надеяться на победу над Богом. Писание открывает, что демоны обладают знанием и силой, используют в своих целях физические и душевные недуги людей, признают и боятся Христа, подчиняясь его власти, хотя по словам самого Иисуса, иногда он мог изгонять их только благодаря молитвенным усилиям. ИНОГДА Иисус мог изгонять демонов из людей, Иисус, сын бога, иногда мог изгнать демона – вдумаемся в эту фразу, в сериале каждый, кто умеет читать на латыни, знает определенные обряды и имеет в своем арсенале содержимое багажника Импалы, может стать экзорцистом, используя при этом формулу изгнания демонов папы Льва XIII. Так какими мы видим демонов в сериале? Они, как и ангелы, пользуются «земными сосудами», но, когда выходят из человека, это черный дым. Их помыслы очевидно отрицательны. Но как же тогда Кроули, король ада? Он часто помогает Винчестерам не только одолеть ангелов, но и демонов, но и даже самого Люцефера и самого бога. То есть не такое уж и зло Кроули...? И да, что такое король ада? Такого титула в библии, насколько известно, нет. Но есть и истинный хозяин ада – Люцифер, высокомерный, эгоистичный и не знающий жалости по отношению к людям. Большую часть времени он находится в теле некоего Ника, но успевает побывать и в теле Сэма, Кастиэля, рок-музыканта и даже президента США. Кроме того, вспомним двенадцатый сезон, где у Люцифера рождается сын, Джек – вот здесь создатели сериала решили вспомнить, что изначально Люцифер был ангелом, и предоставили Джеку, который изначально родился человеком, выбирать сторону, на которой он хочет находиться в этой борьбе добра и зла. Своеобразная параллель с Иисусом Христом видится очень отчетливо – симбиоз человека и духа, рожденный человеком, но с огромной силой. Эту силу мы видим и в параллельных мирах, куда попадают герои поочередно. И это не ад, рай или чистилище, это параллельные миры со своей интерпретацией реальности, где живут герои, давно умершие в первой, так сказать, реальности. Причем постоянно происходит своеобразное броуновское движение героев по параллельным реальностям.

В 11 сезоне сериала появляется новая героиня, утаенная авторами библии, сестра бога – тьма, пытающаяся пожрать мир. С ней борются все. Но в конце концов бог примиряется с сестрой, и она ведет себя, как обычная земная женщина – посещает салоны, магазины, и наступает гармония тьмы и света. А что же в финале сериала? Сын Люцифера Джек побеждает бога и занимает его место: «Я рядом, отныне я буду в каждой капле падающего дождя, в каждой пылинке, которую уносит ветер, в песке, скалах и в море. Людям нужны ответы на вопросы: эти ответы будут в каждом из них. Может быть не сегодня, но когда-нибудь они их получают. Людям не нужно молиться мне или приносить мне жертвы, им просто нужно знать, что я уже часть их. Я знаю от братьев и своей матери, что люди могут стать лучше сами, когда они этого хотят.». И здесь выявляется ключевая идея сериала: люди — самые лучшие помощники сами себе, бог им не нужен, бог внутри них, современный человек верит только в себя.

Таким образом, мы видим, что библейский мир и его современная интерпретация в сериале существенно отличаются друг от друга. Безусловно, необходим более глубокий анализ каждого образа, но это только начало исследования.

Библиографический список

1. Он-лайн кинотеатр Кинопоиск: сайт: URL: <https://www.kinopoisk.ru/media/article/4003347/comment/2423139/> (дата обращения 20.12.2021г.). – Режим доступа: для общего чтения. Текст: электронный.
2. Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого. «Газон» — медиа о людях, образовании и саморазвитии: сайт: URL: <https://gazon.media/interesny/lektcii/bog-ne-nuzhen-sovremennomu-cheloveku-o-chem-seria/> (дата обращения 20.12.2021г.). – Режим доступа: для общего чтения. Текст: электронный.
3. Студенческий портал studbooks.net: сайт: URL: https://studbooks.net/509041/religiovedenie/bibleyskie_syuzhety_proizvedeniyah_mirovoy_literatury (дата обращения 20.12.2021г.). – Режим доступа: для общего чтения. Текст: электронный.

ЗОЛОТЫЕ РОССЫПИ УРАЛА

*Тарасова Алена Юрьевна
Научный руководитель - Морозова Лариса Федоровна, преподаватель
ГБПОУ «Копейский политехнический колледж
им. С.В. Хохрякова», г. Копейск*

Актуальность. Составляя генеалогическое дерево нашей семьи, моя бабушка рассказала, что ее папа был старателем и работал на золотодобывающей шахте. Других сведений о нем не сохранилось. Тогда у меня и зародилась идея изучить тему золотодобычи на Урале. Во все времена золото вызывает чувство трепета. И в сегодняшнее время технический бум XXI века сохраняет необходимость и востребованность промышленности и общества на этот металл. Газ, нефть, лес составляют большую часть валютных поступлений России, но золото остается «товар товаров» на все времена.

Цель исследования – изучить золоторудные месторождения Челябинской области и перспективы их разработок.

Задачи исследования:

- изучить этапы становления золотодобывающей отрасли на Урале;
- рассмотреть особенности золотодобычи на Южном Урале;
- познакомиться с бытом старателей и золотодобытчиков на примере Кочкарского месторождения золота;
- проанализировать емкость золотодобывающей отрасли на Южном Урале.

Предметом исследования является изучение месторождений золота в Челябинской области, объектом исследования – выступает Кочкарское месторождение золота.

В исследовании использованы методы:

- 1) метод анализа;
- 2) метод классификации;
- 3) метод обобщения;
- 4) метод системного подхода.

Гипотеза: пока золото продолжает оставаться могущественным орудием межгосударственной экономики, геологические исследования и разработки золоторудных месторождений в России, в частности на Южном Урале, являются необходимой опорой для поддержания жизни нации.

«Золото» с латинского – «аурум». Этот химический элемент рождён таинственным космосом, сформирован в глубинных процессах высоких температур и кристаллизации планеты Земля. Человечество с золотом столкнулось уже в V тыс. до н. э. в эпоху неолита и было оно распространено в самородном состоянии. На Урале в XIII – начале XX вв. золотопромышленность получила расцвет и развитие. Днем рождения золотодобычи на Урале считают 21 мая (1 июня) 1745 года, когда крестьянин села Шарташ, Ерофей Марков впервые нашел золото. С того дня, золотопромышленность прошла различные этапы становления и развития, взлеты и падения [1].

Особенностью первого этапа является открытие первого золотого рудника на Урале – Березовское месторождение мирового класса. С 1748 года в нем добыли около 340 килограммов драгоценного металла. Второй этап характеризуется переходом на промышленную добычу всем, кто нашел золото, но только на государственных землях. В этот период велась добыча исключительно жильного золота. Третий этап начинается с издания сенатского указа «О предоставлении права всем российским подданным отыскивать и разрабатывать золотые и серебряные руды с платежом в казну подати». Было открыто россыпное золото, добыча которого оказалась наиболее выгодной. Была создана Временная горная комиссия и горный Устав. На четвертом этапе все золотые промыслы перешли в частные руки. 24 мая 1870 г. был утвержден Устав о частной золотопромышленности, который разрешил «заниматься золотым промыслом всем русским подданным и иностранцам, без различия сословий». В этот период добыча золота на Урале достигает своего пика: в 1892 г. было добыто более 12 тонн золота. Наряду с коренным ирассыпным золотом, начинается добыча химического золота. Пятый этап - издание закона «О свободном обращении золота». Когда государство способствует беспошлинному ввозу машин для надобностей сибирско-уральской золотопромышленности. Создаются акционерные общества с участием иностранного капитала. В период с 1917- 1918 гг. происходит национализация золотодобывающих предприятий. Рудники затоплены, оборудование негодно к использованию. 25 сентября 1919 г. было создано управление «Уралзолото», существующее и по сей день. Объем добычи золота в этот период не превысил уровня 1913 г. – 7 тонн. Период восстановления отрасли – 7 период, засекречены все сведения об оснащении и технологии добычи. В настоящее время Государство, являясь собственником недр, приняло на себя обязательство покупать у золотодобывающих предприятий только часть добытого ими золота. Оставшийся у золотодобытчиков металл разрешено скупать коммерческим банкам [2].

На основе анализа развития золотодобывающей отрасли можно сделать вывод: что золотодобыча на Урале прошла через сложные этапы становления, от находки первых крупиц до добычи в несколько тонн, совершенствовались способы добычи (жильное, россыпное, путем электролиза), разрабатывались Законы, создавались управления. Но на сегодняшний день ситуация на Урале в золотодобывающей отрасли не однозначна. Это связано с тем, что себестоимость уральского золота довольно высокая, примерно на уровне цен Лондонской биржи. Получается, что золотодобытчики работают себе в

убыток, не имея возможности обновлять оборудование, что ведет к дальнейшему удорожанию продукции. Закрывать же старые уральские золотые рудники невозможно, так как в городах Березовском и Пласте, Миассе золотодобывающие предприятия являются градообразующими, а в этих городах более 100 тыс. жителей. Поэтому для вывода уральской золотопромышленности из кризиса необходима программа комплексных мер по финансированию и техническому переоснащению отрасли, а также всесторонняя государственная поддержка.

При изучении быта и работы старателей обратилась к экспозициям Пластовского районного музея [4]. Кочкарское месторождение золота (окрестности современного Пласта) было открыто в 1798 году. Уже к 1860 году здесь действовало 132 прииска. На них работало около девяти тысяч человек. Технология добычи золота первоначально была достаточно примитивной. Старатели вооружались кайлом, киркой и молотком. «Добычу» складывали в специальную кожаную сумку с деревянной рамой — байбу. Мыли золото на приисках с помощью лотка и ковша, использовали бутару, деревянный насос, деревянные же ведра и железные бадьи. В «золотой лаборатории» обязательными атрибутами были тигли для плавления золота (шлихового в черновое), микроскоп, весы, набор гирь (разновес). В экспозиции представлена и эволюция старательской «униформы» от лаптей до чуней и кожаных сапог. Значительно позднее, уже в XX веке, появились каски, на смену лампам пришли электрические фонари, появились респираторы и прочие элементы шахтерского обмундирования). Воссоздали в музее комнату удачливого старателя. Подвинцевы, так называли работников Артамона Ермолаевича Подвинцева, особое внимание уделяли развитию технологии золотодобычи. Была усовершенствована дробилка: заменили каменные жернова на чугунные, а вращение от конной тяги — на силу пара. Так в 1871 году на Кочкарских приисках появился первый паровой двигатель. Это позволило увеличить производительность в несколько раз. Сама дробилка получила название «кочкарские бегуны». За несколько лет она распространилась не только по всей округе, но в других регионах России, где велась добыча золота.

В свой «золотой век» – первую половину прошлого века, да и позднее – Урал из года в год изумлял своими сокровищами. Особенно находками восьми уникальных даже по мировым меркам самородков золота. Они чаще попадались старателям Южного Урала. В 1824 году император Александр I во время поездки по стране посетил в окрестностях Миасса Царево-Александровский прииск (ныне поселок Ленинск), где за три часа до его приезда случилось из ряда вон выходящее событие: мастеровой Дементий Петров нашел уникальный золотой самородок весом чуть больше 3 килограммов. Естественно, начальник прииска преподнес его государю. Говорят, увидев находку, Александр потребовал лопату и кайло и со словами: «Хочу сам поработать на своем руднике» принялся копать. Накопал 22 пуда (360 кг) песка. Когда плоды его трудов промыли вместе с песком, перекопанным рабочими прииска (которого было раза в четыре больше), чистого золота набралось 60 золотников (примерно 256 граммов). Его вместе с самородком царь забрал на память — золотым слитком он пользовался потом как пресс-папье. А мастеровой Петров получил около 400 рублей — по тем временам большие деньги [5]. Именно на Урале были найдены самые большие самородки в истории русской золотодобычи. Каждый из них удостоился имени. Наиболее известны самородки «Большой треугольник», «Большой» и «Малый Тыелгинские», «Заячьи уши». Самородок

«Большой треугольник» весом около 32,04 кг до сих пор чемпион в истории отечественной золотопромышленности.

Изученные материалы и описание экспозиции на сайте Музея не передает настоящую атмосферу быта и работы золотодобытчиков Кочкарского прииска. Возможно, в их числе был и мой прадед. Обязательно найду возможность на летних каникулах побывать в Музее и погрузиться в изучение экспонатов.

Проанализировать и провести систематизацию емкости золотодобывающей отрасли на Урале в настоящее время мне помогли статистические данные сайта eRUDA.ru, где с 2014 года ведется рейтинг золотодобывающих компаний регионов. В области разрабатываются 3 вида существующих месторождений, объем запасов которых значительно отличается. Максимальные запасы на комплексных месторождениях. Способы добычи золота и подземный, и открытый. По показателям 2020г. Челябинская область занимает 9 место. А самая крупная компания области ЗАО «Южуралзолото» 5 место.

Выводы:

1. Золотодобывающая отрасль на Южном Урале будет развиваться и дальше. Всего на сегодня запрошены и выданы около 30 лицензий на разведку и разработку уральских коренных и россыпных месторождений золота.

2. Расширение минерально-сырьевой базы золотодобычи необходимо. Решением этого вопроса может быть поиск новых объектов, и переоценка запасов отработанных и законсервированных месторождений.

Заключение Челябинская область остается одним из крупнейших золотопромышленных районов Урала и России. В разные годы эксплуатировалось 318 золоторудных месторождений и более 400 россыпей. В области имеются значительные запасы. На протяжении почти двухсотлетнего периода было добыто порядка 400 т благородного металла, при этом всегда преобладала доля рудного золота. Наибольший объем добычи достигнут в Пластовском районе (40 %), на втором месте идет территория, подчиненная г. Миасс (37 %). Главная золотодобывающая компания области – ЗАО «Южуралзолото». Доля ЗАО «Южуралзолото» в общем объеме добываемого в области золота составляет 95 %[3].

В подтверждении гипотезы можно добавить: золото было и остается основой экономической устойчивости страны. «Золото нужно всем, везде и всегда. И так будет вечно!»

Библиографический список

1. Данилевский В.В. Русское золото. М., 1959 г;
2. Манин В. К., Пласт. Литературно-документальная летопись золотого промысла на Южном Урале 1797-1997 / Екатеринбург ИПП «Уральский рабочий», 1995г.
3. СПРАВКА О СОСТОЯНИИ И ПЕРСПЕКТИВАХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МИНЕРАЛЬНО-СЫРЬЕВОЙ БАЗЫ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ (на 15.06.2020)
4. Сайт Пластовского районного Музея <https://plastmuzei.kulturu.ru>
5. <https://yarodom.livejournal.com/2187892.html>

ВНЕДРЕНИЕ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ CREDO В ПРАКТИКУ МАРКШЕЙДЕРСКИХ РАБОТ

Казачков Дмитрий Сергеевич

*Научный руководитель – Сизова Галина Михайловна, преподаватель
ГБПОУ РХ «Черногорский горно-строительный техникум», г. Черногорск*

Практика маркшейдерских и геодезических работ показала, что дальнейшее повышение производительности труда тесно связано с применением автоматизированных систем. Успешно решить проблему автоматизации производственных процессов маркшейдерских работ позволяет переход на цифровое картографирование местности.

Одним из программных продуктов способных решить данные задачи является система CREDO_DAT. Она предназначена для автоматизации камеральной обработки полевых геодезических данных при создании опорных геодезических сетей, выполнении геодезических работ при разведке и добыче полезных ископаемых, в землеустройстве и пр. и применяется для обработки материалов площадных и линейные инженерных изысканий объектов промышленного, гражданского и транспортного строительства; при геодезическом обеспечении строительства; подготовке пространственной информации для кадастровых систем и др.

С учетом вышеизложенного, в качестве предмета исследования выбрано внедрение автоматизированных систем в практику маркшейдерских работ на примере программных продуктов КРЕДО.

Объект исследования: программный продукт CREDO.

Целью работы - обоснование методов и совершенствование технических средств маркшейдерской съемки и ориентирования в пространстве множества объектов с помощью программного продукта CREDO, который может быть использован для решения многих маркшейдерских задач.

Для начала разберемся с понятием информационной системы и её основными функциями.

Информационная система – это взаимосвязанная совокупность технических средств, методов обработки информации, система сбора, обработки, хранения и выдачи информации в интересах достижения поставленной цели.

Основные функции информационной системы: сбор информации, хранение информации, поиск и обработка информации, передача информации.

Структура программного обеспечения информационной системы составляет совокупность отдельных ее частей, называемых *подсистемами*. Подсистема - это часть системы, выделенная по какому-либо признаку.

Таким образом, основные компоненты информационной системы состоят из 6 подсистем: подсистема ввода данных, подсистема хранения данных, система управления базой данных (СУБД), подсистема обработки и анализа данных, подсистема визуализации данных, подсистема вывода информации.

Подсистема ввода данных — это программно-технический комплекс, отвечающий за ввод данных и подготовку информации для её передачи в ЭВМ (процессору) для последующей обработки.

Техническими средствами в системе ввода являются: клавиатура; манипулятор мышь, внешние носители информации, компьютерные сети, дигитайзер (цифрователь), сканер, геодезические приборы.

Так же в качестве источника могут быть аэрофото- и космические снимки, обрабатываемые на специализированных рабочих станциях. Большие потенциальные возможности для сбора данных в ГИС открывает GPS -технология, предназначенная для сбора высокоточной цифровой информации о местности.

GPS (Global Positioning System, система глобального позиционирования) — система определения местоположения объектов, основанная на использовании искусственных спутников Земли.

Устройства ввода информации: дигитайзер, сканер, геодезические приборы (электронные теодолиты, нивелиры, тахеометры и др.)

Сбор данных – это процесс подготовки информации для её непосредственной передачи либо передачи с промежуточным запоминанием для последующей обработки в ЭВМ.

Подсистема вывода данных ИС предназначена для представления результатов работы в виде, удобном потребителю. К техническим средствам относятся плоттеры, принтеры. Результаты работы могут быть представлены в виде слайдов, видеофильмов, записаны на магнитные носители, распечатаны в форме отчётов, таблиц, диаграмм, картографических документов или экспортированы во внешние компьютерные системы, интернет.

Система CREDO-DAT является основным геодезическим модулем программного комплекса CREDO и, предназначена для автоматизации камеральной обработки полевых измерений при создании и реконструкции государственных опорных, городских, межевых сетей, инженерных изысканий, геодезическом обеспечении строительства и землеустройства.

Области применения:

- линейные и площадные инженерные изыскания объектов промышленного, гражданского и транспортного строительства;
- геодезическое обеспечение строительства;
- маркшейдерское обеспечение работ при добыче и транспортировке нефти и газа;
- подготовка пространственной информации для кадастровых систем (наземные методы сбора);
- геодезическое обеспечение геофизических методов разведки;
- маркшейдерское обеспечение добычи полезных ископаемых открытым способом.

Основные функциональные возможности:

- импорт данных: из файлов в форматах электронных регистраторов и тахеометров (SOKKIA, TOPCON, GEODIMETR, LEICA и т.д.), непосредственно с прибора, измерений из текстовых обменных файлов;
- настройка и использование классификаторов в библиотеке условных знаков, что позволяет выполнять полевое кодирование геометрической и атрибутивной информации о топографических объектах;

- ввод и табличное редактирование данных, предварительная обработка измерений с учетом различных поправок: атмосферных, за влияние кривизны Земли и рефракции, переход на поверхность относимости, на плоскость в выбираемых и настраиваемых пользователем проекциях;
- выявление, локализация и нейтрализация грубых ошибок измерений в автоматическом и интерактивном режимах;
- совместное уравнивание по методу наименьших квадратов плановых, линейно-угловых сетей геодезической опоры, систем ходов геометрического и тригонометрического нивелирования разных форм, классов и методов;
- обработка тахеометрической съемки с формированием топографических объектов и их атрибутов по данным полевого кодирования, а также обработка контрольных измерений при определении координат точек в землеустройстве;
- проектирование опорных геодезических сетей, выбор оптимальной схемы сети, необходимых и достаточных измерений, подбор точности измерений углов, расстояний и превышений;
- расчет обратных геодезических задач, для выноса в натуру разбивочных элементов;
- экспорт результатов в распространенные форматы: DXF (AutoCAD), MIF/MID (MapInfo), SHP (ArcView), в форматы CREDO (TOP/ABR), в настраиваемые пользователем текстовые форматы;
- подготовка печатных отчетов, ведомостей измерений, каталогов координат и высот, оформление в компоновщике схем (чертежей), планшетов, и выдача их на печать в принятой форме;
- создание ведомостей и каталогов, выдача их в принятой форме, настройка выходных документов согласно стандартам предприятия, с использованием Генератора отчетов.

Технологическая линейка программного комплекса КРЕДО, используемая при сопровождении маркшейдерских работ на горном предприятии, включает в себя программные продукты КРЕДО ДАТ, КРЕДО ТОПОПЛАН, КРЕДО ГЕОЛОГИЯ, КРЕДО ОБЪЕМЫ, ТРАНСКОР, ТРАНСФОРМ, НИВЕЛИР. Возможности программного продукта определяют решаемые с его помощью инженерные задачи:

1. Подготовка и ведение каталога геодезических пунктов. Решить задачи трансформации геоцентрических, геодезических и прямоугольных координат, определить параметры трансформации позволяет программа ТРАНСКОР.

2. Привязка к рабочей системе координат и устранение различных искажений растрового материала. Программа ТРАНСФОРМ позволит исправить возможные дефекты исходного материала (следы от складок бумаги, участки с неравномерным масштабом), «склеить» и создать общий контур видимости фрагментов растрового изображения, а также оформить и выпустить чертеж. Система позволяет установить точность измерений, которые будут оптимальными для требуемой точности определения координат пунктов обоснования.

3. Обработка данных полевых измерений. В полевых журналах фиксируются измерения, полученные с применением теодолитов, нивелиров, светодальномеров, рулеток. Эти материалы вводятся в системы инженерно-геодезического направления КРЕДО ДАТ и НИВЕЛИР.

После ввода исходных измерений в системах выполняется их предварительная обработка, вводятся необходимые поправки и редукции, рассчитываются предварительные координаты пунктов, оцениваются и выводятся в протокол нарушения нормативных допусков. Избавившись от грубых ошибок, специалист выполняет уравнивание теодолитных и нивелирных ходов, сетей планово-высотного обоснования.

4. Ведение планов горных работ и промышленных площадок. В результате описания ситуационных объектов и поверхности рельефа маркшейдер получает цифровую модель местности инженерного назначения.

В системе КРЕДО ТОПОПЛАН предусмотрены специальные методы для построения вертикальной планировки. Это отвесные или почти отвесные поверхности: борта карьера, обрывы местности, подпорные стенки и т.п. В результате, созданная цифровая модель рельефа является трехмерной, что позволяет просматривать профиль рельефа по любому сечению.

5. Построение геологических разрезов. В программном комплексе КРЕДО такой моделью служит объемная геологическая модель системы КРЕДО ГЕОЛОГИЯ. Она является источником данных для создания дополнительных инженерно-геологических материалов: планов опробования, изогипс, гидроизогипс, карт кровли и подошвы литологических или стратиграфических слоев. Маркшейдер или инженер-геолог сможет получить точки с координатами X, Y, Z, где в качестве абсолютной отметки может выступать отметка кровли или подошвы слоя, отметка поверхности грунтовых вод, мощность слоя или значение испытания на заданной глубине. Полученные данные сохраняются в структуре цифровой модели местности.

5. Расчет объемов добычи. Расчет объемов между цифровыми моделями поверхностей производится в системе КРЕДО ОБЪЕМЫ. Их точность по отношению к фактическому объему физических поверхностей зависит только от того, насколько модели поверхностей, между которыми считаются объемы, соответствуют фактически существующим или проектируемым поверхностям.

На всех этапах обработки полевых измерений и уравнивания происходит графическая иллюстрация действий, которая может быть оформлена в соответствии с нормативными требованиями. Исходные измерения, предварительные координаты пунктов, ведомости оценки точности ходов, измерений, положения пунктов планово-высотного обоснования настраиваются пользователем и выводятся на печать.

Программный комплекс CREDO, основывающийся на единой информационной базе и модульном построении функциональных задач, позволяет создать рациональную структуру обработки первичных данных и выбрать эффективный алгоритм построения геолого-маркшейдерской документации для использования ее в проектировании и управлении горным производством.

Внедрение комплекса КРЕДО в технологию работ горнодобывающего предприятия позволит значительно увеличить его производительность. Это достигается благодаря работе специалиста маркшейдера в едином информационном пространстве, за счет исключения потерь времени на подготовку и передачу информации в цифровом виде между разными системами.

Библиографический список

1. Горелов В.А., «Кредо-Диалог»: CREDO — диалог без границ // «Информационный бюллетень ГИС-Ассоциации» - 2009 - № 6.

2. Карпов А.Г., Создание цифровой модели местности и выпуск топографических планов в системе CREDO ТОПОПЛАН 1.0 // «САПР и графика» - 2005 - №3 – с. 12-14.
3. Калинин А.Н., Программа НИВЕЛИР 2.2 – расширенные возможности // «Автоматизированные технологии изысканий и проектирования» - 2011 - №4(43) – с. 7-9.
4. Назаров А.С., Неумывакин Ю.К., Перский М.И., Автоматизированная обработка материалов топографо-геодезических и земельно-кадастровых работ (на примере комплекса CREDO). Учебное пособие для вузов. Под редакцией А.П. Пигина – М.: «КРЕДО_ДИАЛОГ», 2009, 272- с. 112.
5. Пуркин В.И., Основы автоматизированного проектирования автомобильных дорог (на базе программного комплекса Credo). –М.: СП "Кредо-диалог", МАДИ-ГТУ, 2007, - 216 с.
6. Чадович Д.В., Русак В.М., Кузьмичева Е.В. CREDO – Том 13. CREDO_DAT 3.0. Камеральная обработка инженерно-геодезических работ. Справочное руководство. – М.: «КРЕДО_ДИАЛОГ», 2001. - 40 с.

Ресурсы удаленного доступа:

1. Транскор 2.2 [Электронный ресурс] / CREDO-DIALOG / Программные продукты . Режим доступа: http://www.credo-dialogue.com/software/list_programs/credo_transkor.aspx.
2. Трансформ 3.1 [Электронный ресурс] / CREDO-DIALOG / Программные продукты Режим доступа: http://www.credo-dialogue.com/software/list_programs/credo_transform.aspx
3. НИВЕЛИР 2.0 [Электронный ресурс] / CREDO-DIALOG / Программные продукты. Режим доступа: http://www.credo-dialogue.com/software/list_programs/credo_nivelir.aspx
4. CREDO_DAT 4.1 LITE [Электронный ресурс] / CREDO-DIALOG / Программные продукты. Режим доступа: http://www.credo-dialogue.com/software/list_programs/CREDO_DAT-4-1-LITE.aspx.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЗООНИМОВ ВО ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ОБОРОТАХ РУССКОГО ЯЗЫКА

Коновалова Дарья Александровна
Научный руководитель – Чудаева Наталия Леонидовна, кпн, преподаватель
Колледж педагогического образования, информатики и права ИНПО
ХГУ им. Н.Ф. Катанова, г. Абакан

Тема данной работы сегодня весьма актуальна, потому что в повседневной жизни, сталкиваясь с фразеологизмами, многие люди даже не замечают этого. Тема имеет очень большое значение, потому что сегодня люди не умеют правильно употреблять фразеологизмы в речи, а многие не знают их значений.

Цель данной работы: теоретически обосновать использование зоонимов во фразеологизмах русского языка.

Задачи: 1.Изучить литературу по теме исследования, охарактеризовав сущность понятий «фразеологизм», «зоонимы». 2. Выделить фразеологизмы, в состав которых входят названия животных, классифицировать их.3.Выявить стилистические и лексические особенности использования зоонимов во фразеологических оборотах русского языка.4.Составить словарик фразеологизмов, в которых используются зоонимы, с целью использования их в учебном процессе.

Объект исследования – фразеологизмы как лингвистическая проблема.

Предмет исследования – функционирование зоонимов во фразеологизмах русского языка.

Гипотеза. Мы предположили, что: 1) во фразеологизмах встречаются чаще всего названия домашних животных; 2) студенты КПОИиП имеют скудный словарный запас, включающий знания фразеологизмов с зоонимами.

О фразеологизмах написано множество статей, книг, диссертаций, а интерес к этой области языка не иссякает ни у исследователей, ни у тех, кто просто не равнодушен к слову. Они существуют на протяжении всей истории языка. Уже с конца 18 века они появились в специальных сборниках и толковых словарях под различными названиями (крылатые выражения, афоризмы, идиомы, пословицы и поговорки). Еще М. В. Ломоносов, составляя план словаря русского литературного языка, указывал, что в него должны войти «фразесы», «идеоматизмы», «речения», то есть обороты, выражения. Однако фразеологический состав русского языка стал изучаться сравнительно недавно. В начале 20 века в работах отечественных языковедов, например: А.А. Потебни, И.И. Срезневского, Ф.Ф. Фортунатова, А.А. Шахматова и других, – можно было найти только отдельные мысли и наблюдения, касающиеся фразеологии. Создание базы для изучения устойчивых сочетаний слов в современном русском литературном языке принадлежит академику В.В. Виноградову. Именно им впервые была дана классификация фразеологических оборотов русского языка с точки зрения их семантической слитности и намечены пути дальнейшего изучения. С именем Виноградова связано возникновение фразеологии как лингвистической дисциплины в русской науке. В настоящее время фразеология продолжает своё развитие.

Фразеология представляет собой раздел науки о языке, изучающий фразеологическую систему в её современном состоянии и историческом развитии. Объектом изучения фразеологии являются *фразеологические обороты, т.е. устойчивые по составу словосочетания, смысл которых складывается сразу из всего выражения.* Некоторые исследователи (А.И. Ефимов, С.И. Ожегов) считают целесообразным разграничивать понятие фразеологии в узком и широком смысле слова. В узком смысле к фразеологии они относят только фразеологические сращения, фразеологические единства и фразеологические сочетания. В широком смысле – все устойчивые выражения (пословицы, поговорки, афоризмы и т.п.). В 60-е гг. появляются работы по теории фразеологии одного из крупнейших отечественных филологов Н. М. Шанского. Он занимался разработкой дифференциальных признаков фразеологических единиц, сопоставлением фразеологической единицы со словом и со словосочетанием, изучением семантической слитности, лексической структуры, а также стилистических свойств фразеологизмов.

Во фразеологии изучаются все воспроизводимые единицы без исключения. Трактуют понятия учёные по-разному. Рассмотрим несколько понятий термина «фразеология».

1. Фразеология - (от греч. phrases – оборот речи, logos – учение) представляет собой особый раздел лингвистики, в котором изучаются семантические, морфолого-синтаксические и стилистические особенности фразеологизмов [3].

2. Фразеология – это раздел языкознания, изучающий фразеологические единицы (несвободные словосочетания) [1].

Таким образом, видим, что фразеология не только даёт систематическое описание современного состояния русской фразеологической системы. Она помогает овладеть литературными нормами словоупотребления, в частности, фразеологических оборотов, что является совершенно необходимым для каждого изучающего русский язык, ибо без этого в речи всегда будут ошибки, снижающие её выразительные качества.

Кроме того, выделяют и понятие дефиниции «фразеологический оборот». Рассмотрим их кратко.

1. *Фразеологический оборот* – это семантически несвободное сочетание слов, которое не производится в речи (в отличие от сходных с ним по форме свободных словосочетаний), а воспроизводится в устойчивом лексико-грамматическом составе с закреплённой за ним семантикой [1].

2. *Фразеологический оборот* – это воспроизводимый в речи оборот, построенный по образцу сочинительных и подчинительных словосочетаний (непредикативного или предикативного характера), обладающий целостным (или реже – частично целостным) значением и сочетающийся со словом [3].

Существует множество классификаций фразеологизмов. На наш взгляд, даёт полную классификацию В.П. Жуков[3]. Он характеризует фразеологизмы по разным параметрам. Охарактеризуем их. 1. *Фразеологический оборот* – устойчивое по составу и структуре словосочетание, выполняющее функцию отдельной словарной единицы.

Фразеологизм употребляется как некоторое целое, не подлежащее дальнейшему разложению и обычно не допускающее внутри себя перестановки своих частей. 2. *Фразеологические сращения* – это семантически неделимые обороты, значение которых совершенно независимо от их лексического состава. Например, *бить баклуши, валять дурака*. Среди сращений наиболее четко выделяются обороты, легко противопоставляемые свободным словосочетаниям эквивалентного состава (*собаку съел, подложить свинью*). 3. *Фразеологические единства* – фразеологизмы, общее значение которых вытекает из значения составляющих частей. Подавляющая часть единств образовалась в результате метафорического переосмысления свободных словосочетаний. Например, *взваливать на плечи, видеть насквозь и др.* 4. *Фразеологические сочетания* – сочетания слов, значение которого не определяется значением входящих в него слов, взятых по отдельности. К ним относятся воспроизводимые словосочетания, состоящие из двух знаменательных слов, из которых одно имеет самостоятельное, а другое связанное значение. Например, *обращать внимание, оказывать помощь и др.* у многих фразеологических сочетаний один компонент легко подменяется другим (близкой или родственной семантики) т.е. возводить *обвинение*, возводить *клевету*. Следовательно, фразеологизм остается фразеологизмом до тех пор, пока внутрифразовое значение компонента не становится общепринятым.

Между сращениями, единствами и сочетаниями наблюдаются переходные явления. В одних случаях это объясняется семантикой единицы, в других – лингвистической и культурной осведомленностью языка.

Фразеологизмы в речи выполняют определенные функции. Укажем некоторые из них: 1. Помогают более точно и ярко выразить какую-либо мысль, описать особенности душевного состояния человека. 2. Придают речи особую образность, эмоциональность. 3. Оживляют речь, метко и точно характеризуют какой-либо предмет, действие. 4. Помогают подчеркнуть что-либо, увидеть какие-либо оттенки смысла.

Таким образом, краткий анализ литературы показывает, что фразеологические обороты – это единица языка, которую изучали, изучают и будут изучать. Интерес к фразеологии не ослабевает. В современное время появляются новые сращения, которые требуют своего изучения с точки зрения значения, употребления, функционирования в речи.

Анализ фразеологического словаря под редакцией А.И. Молоткова [4] показал, что в нем встречаются фразеологические обороты, в которых упоминаются животные, птицы, насекомые и т.д.. Методом сплошной выборки мы выписали 151 фразеологизм с зоонимами. За основу взяли только те фразеологизмы, в которых встречаются названия животных. Данные материалы мы разделили на 2 группы: в первую группу отнесли фразеологизмы, где встречаются названия домашних животных (51 фразеологизм, например: *кот наплакал, как корова языком слизала*), во вторую – с названиями диких животных (32 фразеологизма: *волк в овечьей шкуре, медведь на ухо наступил*). Анализ выбранных фразеологизмов показал, что самыми распространенными животными стали собаки, кроме того, во фразеологизмах встречаются и названия домашних птиц. Фразеологизмы *о птицах* весьма распространены, потому что в своей жизни люди ежедневно наблюдают птиц, подмечают их особенности, говоря о них. Но *а собака* – друг человека, и в нашей жизни мы находим этому множество подтверждений, но почему-то фразеологизмы весьма скупы на доброе слово о собаках.

Мы провели анкетирование среди студентов нашего колледжа, где попросили ответить их на 4 вопроса: 1. Знаете ли Вы, что такое фразеологизм? 2. Используете ли Вы их в речи? 3. С какой целью Вы их используете? 4. Назовите фразеологизмы, в которых встречаются названия животных.

Было опрошено 75 человек. Из них на 1 и 2 вопрос ответили все. А вот на 3 не ответило 23 студента, а на 4 -17 человек. Анализ работ показал, что на первом месте оказался фразеологизм *«кот наплакал»*. Его написали 50% опрошенных. На втором *«белая ворона»* и *«медведь на ухо наступил»* (30%). И на третьем месте *«хитрый как лиса»*. Его указали 20% студентов. Единично указали ещё такие фразеологизмы, как: *медвежья услуга, курочка по зернышку клюет* и др.

Мы видим, что словарный запас современных студентов скудный. Если во фразеологическом словаре мы нашли 151 фразеологизм, то наши студенты из них употребили всего 54. Этому, конечно, есть объективное объяснение: изменились условия жизни, но с другой стороны, студенты и современных фразеологизмов, к сожалению, с зоонимами указали мало.

Анализируя литературу по данной теме, мы выяснили, что фразеологизмов с зоонимами не так много в русском языке. Фразеологизмы помогают нам не только правильно, но и уместно употреблять их в своей речи. Они так же придают яркость и выразительность речи человека. Фразеологизмы помогают человеку быть более уверенным в своей речи, формируют быстрое мышление и т.д. Все это достигается им с помощью сформированной системы ценностей, где все выстроено по порядку значимости для человека.

Практической значимостью нашей работы является созданный сборник фразеологизмов с зоонимами, который можно использовать в педагогической работе, например, на уроках русского языка, литературного чтения, окружающего мира для обогащения речи обучающихся и формирования познавательного интереса у них к

предмету. Материалы сборника будут полезны всем желающим, интересующихся богатством нашего языка.

Библиографический список

1. Барлас Л.Г. Русский язык. Введение в науку о языке. Лексикология. Этимология. Фразеология. Лексикография: Учебник / Л.Г. Барлас, Г.Г. Инфантова, М.Г. Сейфулин, Н.А. Сенина; Под.ред. Г.Г. Инфантовой. – М.: Наука, 2003. – 253с.
- 2.. Жуков В.П. Русская фразеология: Учеб. Пособие для филол. спец.вузов. – М.:Высш. шк.,1986 – 310с.
3. Современный русский язык: Теория. Анализ языковых единиц: учеб.для студ. высш. учеб. заведений: В 2 ч. – Ч. 1: Фонетика и орфоэпия. Графика и орфография. Лексикология. Фразеология. Лексикография. Морфемика. Словообразование / Е.И. Диброва, Л.Л. Касаткин, Н.А. Николина, И.И. Щеболева; Под ред. Е.И. Дибровой. – М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 544 с.
4. Фразеологический словарь русского языка: свыше 4000 словарных статей/ Л.А. Войкова, В.П. Жуков, А.И. Федоров; Под. ред. А.И. Молоткова. – 4-е изд.,стереотип.- М.:Русс.яз.,1986. – 543с.

ИССЛЕДОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЦИКЛОВ

*Астахова Анастасия Викторовна, Волгина Карина Владимировна
Научный руководитель – Титанаква Елена Валерьевна,
преподаватель ГБПОУ РХ ЧГСТ, г. Черногорск*

Как известно, современное общество стремится к постоянному улучшению уровня и условий жизни, которые может обеспечить только устойчивый экономический рост. Однако наблюдения показывают, что долговременный экономический рост не является равномерным, а постоянно прерывается периодами экономической нестабильности. Подъёмы и спады уровней экономической активности, следующие один за другим, принято называть деловым или экономическим циклом.

Проблема: узнать, какие виды экономических циклов выделяет современная экономическая теория? В чем заключаются причины каждого из них?

Гипотеза: изучение экономических циклов поможет разобраться в причинах происходящих событий в стране.

Объектом изучения являются экономические циклы. Предмет изучения: выявление разных характерных признаков цикла.

Тема актуальна, потому что развитие любой страны проходит или находится на той или иной фазе цикла. Многие современные экономисты ограничиваются общим указанием на то, что причина циклического движения заложена в сложном и противоречивом характере многообразных сил и факторов, оказывающих воздействие на движение рыночной экономики. Все секторы экономики по-разному и в разной степени подвергаются воздействию экономического цикла. Цикл оказывает более сильное влияние на объем продукции и занятость в отраслях, производящих инвестиционные товары и товары длительного пользования, чем в отраслях, выпускающих товары кратковременного пользования.

Экономический цикл – это период времени, в течение которого совершаются спад и подъем экономической (деловой) активности.

Тренд – долговременная тенденция экономического развития.

Фазы цикла:

Дно (депрессия) экономического цикла — это «низшая точка» производства и занятости. Считается, что данная фаза цикла обычно не бывает продолжительной. Однако история знает и исключения из этого правила. Великая депрессия 1930-х годов, несмотря на периодические колебания деловой активности, длилась 10 лет (1929-1939гг). Её характерные черты: массовая безработица, низкий уровень заработной платы, низкий уровень ссудного процента, сокращение товарных запасов, приостановка падения цен. Производство не сокращается, но и не растет, поскольку появляются отдельные «точки роста». Обновление основного капитала знаменует переход от фазы депрессии к фазе оживления.

Подъём наступает после достижения низшей точки цикла (дна). Характеризуется постепенным ростом занятости и производства. Многие экономисты полагают, что данной стадии присущи невысокие темпы инфляции. Происходит внедрение инноваций в экономике с коротким сроком окупаемости. Её признаки: массовое обновление основного капитала, сокращение безработицы, рост заработной платы, рост цен, рост процентных ставок, рост спроса на предметы потребления.

Пик, или вершина цикла деловой активности, является «высшей точкой» экономического подъема. В этой фазе безработица обычно достигает самого низкого уровня либо исчезает совсем, производственные мощности работают с максимальной или близкой к ней нагрузкой, то есть в производстве задействуются практически все имеющиеся в стране материальные и трудовые ресурсы. Обычно, хотя и не всегда, во время пиков усиливается инфляция. Постепенное насыщение рынков усиливает конкуренцию, что снижает норму прибыли и увеличивает средний срок окупаемости. Возрастает потребность в долгосрочном кредитовании с постепенным снижением возможностей погашения кредитов. Это максимальная активность экономики, характеризующаяся следующими показателями: увеличение темпов экономического роста, рост инвестиций, курсов ценных бумаг, заработной платы, цен, прибыли, сокращение безработицы.

Спад (рецессия) характеризуется сокращением объёмов производства и снижением деловой и инвестиционной активности. Вследствие этого увеличивается рост безработицы. Официально фазой экономического спада, или рецессией, считают падения деловой активности, продолжающиеся свыше трёх месяцев подряд. Её характеристики: резкое сокращение объёмов производств, сокращение размеров доходов, сокращение занятости, сокращение инвестиций, падение цен, затоваривание, рост неиспользованных производственных мощностей и безработицы, массовое банкротство. Наибольший шанс уцелеть есть у предприятий с крупным капиталом. Предприятия малые, неспособные овладеть высокопроизводительным оборудованием и технологией, часто не могут стабилизировать свое экономическое положение и терпят банкротство. В этом заключается позитивная роль кризиса. Разорение слабых в техническом отношении предприятий имеет свои плюсы для промышленности в целом, поскольку ведет к повышению общего уровня производительных сил. Важными функциями кризиса

являются: восстановление сбалансированности экономики и создание материально-технической и технологической основы для будущего экономического роста.

Причины экономических циклов:

Теория реальных экономических циклов объясняет спады и подъемы воздействием реальных факторов. В индустриальных странах это может быть появление новых технологий, изменение цен на сырье. В аграрных странах - урожай или неурожай. Также толчком к переменам могут быть форс-мажорные ситуации (война, революция, стихийные бедствия). Предвидя изменение экономической обстановки в лучшую или худшую сторону, домохозяйства и фирмы массово начинают экономить или больше тратить. В результате сокращается или возрастает совокупный спрос, уменьшается или увеличивается оборот розничной торговли. Фирмы получают меньше или больше заказов на изготовление продукции, соответственно меняется объем производства, занятость. Меняется деловая активность: фирмы начинают сокращать ассортимент выпускаемой продукции или наоборот запускают новые проекты, берут кредиты на их осуществление. То есть вся экономика колеблется, стремясь прийти в равновесие. Кроме колебаний совокупного спроса существуют и другие факторы влияющие на фазы экономического цикла: изменения зависящие от смены времен года в сельском хозяйстве, строительстве, автомобильной промышленности, сезонность розничной торговли, вековые тенденции экономического развития страны, зависящие от ресурсной базы, численности и структуры населения, правильного управления.

Современной науке известны более 380 типов цикличности.

По продолжительности экономические циклы бывают:

- 1- краткосрочные циклы периодичностью 3,5-4 года;
- 2- среднесрочные циклы периодичностью 8-10 лет;
- 3- долгосрочные циклы периодичностью 48-55 лет .

Краткосрочные циклы называют также циклами Дж. Китчина – по имени автора. В настоящее время они больше известны под названием «циклы запасов». Циклы Китчина состоят в нарушении и восстановлении равновесия на потребительском рынке. Каждый цикл завершается новым равновесием при уже измененных пропорциях в спросе на потребительские товары. Циклы Китчина объясняются временным промежутком между выделением инвестиций и вводом в действие новых средств труда, в результате чего равновесие восстанавливается. Большинство современных экономистов, поддерживающих идею существования краткосрочных экономических циклов, склонно рассматривать их как неотъемлемую часть общей циклической системы, основу которой составляют среднесрочные экономические циклы.

Среднесрочные циклы – это циклы Р. Жугляра, которым уделяется наибольшее внимание при изучении макроэкономической нестабильности, поскольку на сглаживание именно этих циклических колебаний направлена в основном политика правительства. Эти циклы имеют и другие названия: «промышленный цикл», «деловой цикл», «бизнес-цикл», «классический цикл». Первый кризис (кризис перепроизводства) как начало классического цикла произошёл в Англии в 1825 г., а с 1857 г. такие кризисы стали мировыми.

Долгосрочные циклы – длинные волны Кондратьева, или большие циклы конъюнктуры, были названы в честь выдающегося русского экономиста Н.Д. Кондратьева. Он предположил, что наиболее разрушительные кризисы происходят,

когда совпадают точки максимума спада деловой активности длинноволнового и среднесрочного циклов. Примерами таких состояний экономики могут служить кризис 1873 г. и «Великая депрессия» 1929-1933 гг.

Исследуя развитие стран Европы за период 100-150 лет, Кондратьев выделил три больших цикла:

1-й цикл – с начала 90-х гг. XVIII в. до середины XIX в.

2-й цикл – с середины XIX в. до 1890-1896 гг.

3-й цикл – с 1896 г. по 1940-1945 гг.

Причем в своих циклах Кондратьев выделял две фазы – повышательную и понижательную. Он показал, что перед повышательной фазой происходит оживление в сфере технических изобретений, после которого, на стадии промышленного подъема, их массовое внедрение в производство. Он показал взаимосвязь НТП с развитием большого цикла. Основную же причину существования больших циклов Кондратьев объяснял различными сроками функционирования разных хозяйственных благ (потребительские товары, орудия труда, здания), на производство которых необходимо потратить разное время, особенно, чтобы накопить капитал на их создание.

Так, большие циклы возникают на основе накопления капитала для создания новой инфраструктуры. В связи с этим, материальной основой «длинных волн» является изменение технологических укладов.

Основные точки зрения на причины цикличности следующие:

1. Нововведение. Технические новшества оказывают большое влияние на инвестиции и потребительские расходы, следовательно, на производство, занятость и уровень цен.
2. Объясняют циклы чисто монетарным явлением. Чрезмерное количество денег в обращении вызывает информационный бум, разрушающий экономику; нехватка денег ускоряет падение производства и рост безработицы.
3. Экономические циклы – следствие воздействия на экономическую систему так называемых импульсов или шоков, нарушающих экономическое равновесие и вызывающих ответные колебания.

4. Кейнс считал основным источником импульсов, вызывающих экономические колебания, инвестиционные расходы, которым в силу определенного «предпринимательского чутья» к риску свойственна неустойчивость. В результате происходят сдвиги в совокупном спросе, следовательно, и в совокупном предложении.
5. Модель мультипликатора-акселератора. Акселератор показывает зависимость прироста инвестиций от прироста национального дохода. Каждый прирост дохода вызывает больший в процентном отношении прирост инвестиций. Эффект акселератора выражается в том, что инвестиции испытывают воздействие не самого объема выпуска, а его колебаний.

Особенности экономического кризиса в России.

1. Беспрецедентный спад производства. ВВП в 2002 г. составлял 60 % от 1992 г.
2. Длительность спада (10 лет) близка к срокам службы активной части основных фондов. Итог – разрушение производственного потенциала, деградация экономики.
3. Системный кризис, связанный с трансформацией системы экономических, политических, социальных, международных отношений.
4. «Специфический экономический кризис», т.е. кризис, возникший не в прямой связи с циклическим развитием рыночной экономики.[4]

В общем виде можно выделить основные причины кризиса:

1. Экономика бывшего СССР была монополизирована государством. Ее основу составляло производство средств производства, причем при постоянной нехватке средств производства для отраслей хозяйства, производящих предметы потребления. Это явилось причиной дефицита в экономике, породившего кризис недопроизводства.[6]

2. С другой стороны, бывший СССР отличался деформированностью структуры экономики. Замедленный рост производства предметов потребления привел к тому, что они стали составлять лишь незначительную долю от общего объема промышленного производства.

3. Экономическая политика государства, проводимая в 90-е гг., была направлена на увеличение денежных выплат населению, стимулируя тем самым рост спроса на потребительском рынке, тогда как производство потребительских благ в экономике не увеличивалось.

Мы провели исследование с целью выявления знаний обучающихся по данной теме. Было проведено анкетирование учащихся 10-11 классов социально-экономического профиля в школах города Черногорска (56 человек) и студентов техникумов города 1-3 курсов различных специальностей (300 человек).

Вопросы:

- 1) Что такое экономический цикл?
- 2) Сколько он длится?
- 3) Что изучают циклы в экономике?

Результаты анкетирования:

1 вопрос: Все 11 школьников и студенты знают понятие цикличности, 15% учащихся не совсем верно дают определение экономического цикла.

2 вопрос: Большая часть опрошенных ассоциирует экономические циклы со временем, продолжительность назвали 70% от года до 3 лет, 65% от опрошенных указали на краткосрочные циклы до одного года, 8% указали на длительные процессы в экономике в виде циклов.

3 вопрос: По мнению учеников 11 класса экономические циклы изучают уровень экономики, по мнению учащихся 10 класса экономические циклы изучают экономику, явления в природе, студенты видят циклы в производственных процессах.

Таким образом, несмотря на то, что кризисы (спады) приносят немалые экономические и человеческие издержки, рыночная экономика от цикла к циклу выходит на все более высокие уровни развития, совершенствуя не только материальный базис, но и организационные формы производства, распределение, обмен и потребление.

В современных условиях общая картина экономического цикла существенно изменяется. Это проявляется, во-первых, в уменьшении амплитуды колебаний экономической активности; во-вторых, в уменьшении диапазона колебаний объемов производства и уровней занятости; в-третьих, в усилении воздействия на экономический цикл монополистической структуры рынков, НТП, глобализации производства, государственного регулирования экономики.

Библиографический список

1. Экономика, 9-11 классы, учебник/ Липсиц И.В., М.: 2019.
2. Введение в экономику, 10,11 классы, Автономов В.С., М.: 2019.

3. Матвеева Татьяна Юрьевна. Макроэкономика: Курс лекций для экономистов, <http://www.ereport.ru/articles/macro/macro11.htm>
4. http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/ekonomika_i_pravo/EKONOMICHESKIE_TSIKLI.html?page=0,1
5. <http://sbiblio.com/biblio/persons.aspx?gid=20&pid=1>
6. Гринин Л. Е., Коротяев А. В. Глобальный кризис в ретроспективе: От Ликурга до Алана Гринспена. М.: УРСС, 2019. С.35-49.
7. Экономические циклы. Их классификация./ <http://modernecon.ru/makro/problemy/cikl/vidy.html>

КРАУД-МАРКЕТИНГ В РАБОТЕ СТРАХОВОГО АГЕНТА БРУСП «БЕЛГОССТРАХ»

Пашкевич Фаина Дмитриевна

*Научный руководитель – Барабанова Светлана Леонидовна, преподаватель
УО «Мозырский государственный политехнический колледж», г.Мозырь*

Введение. Одной из основных причин поиска нестандартных приемов и способов продвижения товаров и услуг является перенасыщение современного информационного пространства рекламой. Крауд-маркетинг отличается от привычных маркетинговых коммуникаций. Это способ увеличения продаж с помощью стимулирования рекомендаций и отзывов. На современном этапе работы встает вопрос об эффективности инструментов традиционного маркетинга. Цель работы – анализ возможности использования крауд-маркетинга в деятельности страховой компании, выявление его достоинств и недостатков. Для достижения цели необходимо решить следующие задачи: раскрыть теоретические аспекты крауд-маркетинга; изучить опыт практического использования крауд-маркетинга в деятельности организаций; провести анализ использования крауд-маркетинга в деятельности БРУСП «Белгосстрах»; выявление направлений использования крауд-маркетинга для повышения эффективности деятельности БРУСП «Белгосстрах». Объектом исследования является БРУСП «Белгосстрах». Предметом исследования является использование крауд-маркетинга в деятельности организаций. Методы исследования: изучение и анализ литературы, периодических изданий, СМИ, сети Internet, анализ статистических данных.

Основная часть. Термин «крауд-маркетинг» в СНГ появился около 5 лет назад. Можно сделать вывод об отсутствии единого подхода к определению крауд-маркетинга. Синтезируя имеющуюся информацию, дадим несколько определений данного термина: целенаправленный анализ аудитории потребителей, позиционирующийся в социальных сетях, блогах, форумах определенной тематики; совокупность действий организации, направленных на популяризацию товара или услуги в разнообразных сообществах интернета; метод создания позитивного имиджа, привлечения внимания целевой аудитории путем размещения рекомендательных комментариев на интернет-площадках. Основной целью данного вида маркетинга является стимулирование роста продаж посредством удовлетворения потребностей.

Специалисты рекомендуют осуществлять деятельность в следующих направлениях: поиск и анализ отзывов на форумах, мониторинг комментариев в блогах, отслеживание упоминаний в соцсетях, наблюдение за сервисами вопросов, общение с позитивно настроенной частью целевой аудитории. При разработке материалов необходимо строить обращение, основываясь на том, что это совет, а не прямая реклама. Можно выделить следующие возможности реализации крауд-маркетинга: собственными силами; фриланс; аутсорсинг; крауд-маркетолог в компании. Можно сделать вывод, что основное назначение данного вида маркетинга это воздействие на целевую аудиторию с целью формирования ее мнения и увеличения продаж с помощью стимулирования рекомендаций и отзывов. Крауд-маркетингом можно заниматься самостоятельно или привлечь специалистов. Ему отдают предпочтение из-за его безопасности и невысокой стоимости [1].

Если рассматривать крауд-маркетинг, то в деятельности БРУСП «Белгосстрах» данный вид практически не используется.

Одним из главных инструментов крауд-маркетинга являются блоги. Создать свой блог могут страховые агенты. Представители страховых услуг РФ активно используют блоги, их легко найти. Сотрудниками БРУСП «Белгосстрах» абсолютно не используются возможности блогов и социальных сетей. Из опрошенных 67 учащихся и педагогов у всех есть странички в соцсетях. При опросе страховых агентов Мозырского филиала у 10 из 15 есть странички в соцсетях. Однако ни один из страховых агентов не создал страничку в сети как страховой агент, все имеют личные странички. Все молодые специалисты Белгосстраха знакомы с техникой сбора лайков, переходов. Для большинства раскрутка странички – дело техники.

При изучении использования крауд-маркетинга было проведено анкетирование учащихся отделения «Страховое дело» и их преподавателей. На вопрос знают ли опрошиваемые о том, что деятельность по размещению отзывов и рекомендаций на интернет-площадках является крауд-маркетингом большинство (85%) ответили «нет». На вопрос встречались ли вам примеры использования распространения положительных отзывов с целью привлечения внимания были получены различные ответы: в сети «Одноклассники» чаще всего встречается данное направление при распространении одежды и БАДов; в сети «ВК» чаще всего данным направлением маркетинга пользуются группы, занимающиеся распространением туристических услуг, а также микрогруппы по отдельным направлениям; в сети «Вайбер» очень активны стали в последнее время представители сетевого бизнеса (Фаберлик, Орифлейн и т.п.), которые предлагают в своих группах размещать отзывы об использовании продукции с фото и видеоотчетами, это поощряется в конкурсах; сайт «Отзовик», белорусские торговые интернет-площадки («Oz.by и т.д.). На вопрос: «Есть ли у вас личный блог?» лишь один преподаватель ответил утвердительно. Ни у одного учащегося его нет. А ведь блог намного эффективнее сайта. При анализе интернет-ресурсов можно отметить, что блог есть лишь у одного предпринимателя г.Мозыря, изготавливающего торты, он полностью проработан с требованиями крауд-маркетинга. Все остальные интернет-ресурсы – это сайты предприятий и организаций, на которых присутствуют элементы, необходимые для реализации крауд-маркетинга. А в большинстве своем сайты не содержат этих элементов.

В ходе беседы было выяснено, что в г.Мозыре лишь туристические агентства используют элементы крауд-маркетинга. В сети «Вайбер» созданы группы нескольких

торговых точек компании «Орифлейм», где всячески поощряются отзывы, ведется постоянный диалог, напоминают об акциях, делятся мнениями. Также создана группа частного предпринимателя «Семена», в которой публикуются отзывы, фотоотчеты, делятся мнениями и просто ведут постоянный диалог. В сети «ВК» некоторые частные предприниматели города предпринимают попытки достичь свои цели с помощью элементов крауд-маркетинга, но подменяют его рекламой. В сети «Одноклассники» также распространяется информация о некоторых компаниях г. Мозыря, однако тоже в большей части преобладает реклама.

Большое внимание надо уделить использованию сарафанного маркетинга как инструмента крауд-маркетинга, который в прошлом создал для многих негативное отношение к БРУСП «Белгосстрах». Необходимо разработать программу, превращающую негативный спрос в позитивный. Например, флешмоб, где участвуют люди различных поколений и выстраивают фигуры страховых значков, создание малых архитектурных фонд в виде логотипа предприятия. В социальных сетях можно провести опрос, размещая мнения, фото и ролики. Сарафанный элемент крауд-маркетинга также не используется организациями г. Мозыря.

Можно сделать вывод, что организациями и предприятиями г. Мозыря в целом, и РУП «Белгосстрах» в частности не используется крауд-маркетинг.

Прежде чем заняться крауд-маркетингом необходимо изучить имеющиеся теоретические источники. Далее необходимо провести анализ собственных возможностей использования площадок.

Форумы – сокровищницы для крауд-маркетинга. Белорусских форумов, которые подойдут для страхового агента единицы. Для написания отзыва следует использовать давно зарегистрированный, активный профиль. Если под вашим отзывом появились вопросы (комментарии), обязательно нужно ответить, поддержать разговор. Писать нужно только по теме. Все начинающиеся думают, что достаточно просто зайти на форум, оставить ссылку. Важно, чтобы комментарий соответствовал тематике. Можно ограничиться написанием комментариев, оставлять их под статьями.

Белорусских сайтов «Вопрос/ответ» нет, но можно начать ветку именно для страхователей Беларуси. Лучше всего начинать комментарий с вопроса. Обсуждения нужно провоцировать, добавляя противоречивую, позитивную информацию. Для лучшего внедрения нужна жизненная ситуация. Многие люди перед тем, как что-то приобрести, хотят сначала прочесть свежие отзывы и переходят на сайты вопросов-ответов. Белорусских сайтов данного направления также нет.

Если у компании уже есть сайт необходимо добавить раздел «Отзывы». Сайт компании БРУСП «Белгосстрах» грамотно и профессионально оформлен. В ходе проведения исследования мной был проведен опрос преподавателей и учащихся колледжа. Одним из вопросов был: «Что вы видите при взгляде на страницу «О компании»?». Во всех ответах прозвучало – «Множество вкладок». А ведь заходят на страницу с целью узнать информацию, и она должна быть представлена так, чтобы сформировать доверие, приверженность. Перейдя по ссылке на вкладку «Рейтинг» – аналогичная картина. На сайте эффективно было бы добавить страничку «Комментарии и отзывы» в раздел «Обратная связь». И вот тут уже будет эффективна комбинация партизанского и вирусного маркетинга. При работе с отзывами не стоит модерировать только положительные. Комментарии с конструктивной критикой, на которую вы

отреагировали и исправили ситуацию тоже должны быть. Если этого не делать, аудитория уйдет искать реальные отклики на другие площадки.

Социальные сети являются самой оптимальной площадкой для начинающего крауд-маркетолога. Перед тем, как начать рекламный крауд с аккаунта, займитесь его наполнением. Максимальное наполнение страницы фотографиями, видео, друзьями, подписчиками и так далее. Необходимо тщательно продумать приглашение друзей, родственников, клиентов, проведение опросов, конкурсов, акций среди подписчиков, с обязательным наличием у участника отзывов, фото и видеотчетов о приобретенной услуге.

Обязательным является изучение деятельности по использованию крауд-маркетинга у конкурентов, с целью использования интернет-площадок, ссылок, сайтов, которые уже работают.

Заключение. Самая главная задача маркетинга на современном этапе – это максимальная популяризация целевого объекта. Назначение крауд-маркетинга заключается в воздействии на целевую аудиторию с целью формирования ее мнения, увеличения продаж с помощью стимулирования рекомендаций и отзывов. Крауд-маркетингом можно заниматься самостоятельно или привлечь специалистов. Он безопасен и имеет невысокую стоимость. Организациями г.Мозыря в целом, и РУП «Белгосстрах» в частности не используется крауд-маркетинг. Процесс работы с крауд-площадками состоит из серии повторяющихся, взаимозависимых и взаимообусловленных действий. Потенциальные клиенты страховых услуг ищут советы и страховому агенту необходимо только оставить рекомендацию. Для достижения результатов, создания имиджа, увеличения популярности, а также для привлечения, расширения и удержания целевой аудитории, необходимо постоянно заниматься крауд-маркетингом. При ответственном и регулярном подходе крауд-маркетинг дает поразительные результаты.

Я как будущий страховой агент считаю, что использование данного вида маркетинга – это эффективный инструмент, который необходимо использовать страховой компании. Это будет способствовать наиболее полному удовлетворению потребностей потребителей страховых продуктов и росту прибыли компании.

Библиографический список

1. Акулич И.Л. Маркетинг: Учебник для вузов / Мн.: Высшейш. шк., 2014. – 447 с.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

*Живтяк Мария Геннадьевна
Научный руководитель - Авагян Грета Левоновна,
д. э. н. профессор кафедры финансов и кредита
КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Краснодар*

В статье рассматривается ряд факторов, сдерживающих развитие банковского кредитования реального сектора экономики в России. Особое внимание уделено исследованию проблем отраслевых диспропорций при осуществлении кредитования, зависимости банков от крупных заемщиков, динамики просроченной задолженности в

сегменте банковского кредитования реального сектора, определения оптимальной процентной ставки, огосударствления экономики, износа основных производственных фондов и другим проблемам.

На основе изучения существующей практики банковского кредитования реального сектора экономики будут рассмотрены проблемы его развития в России.

Использованы методы сравнения, обобщения, описания, а также общенаучные методы, позволившие рассмотреть проблему в целом и отдельные ее аспекты.

Реальный сектор является основой национальной экономики, определяющей ее уровень и специализацию, а его кредитование – приоритетное направление деятельности банковской системы страны. Однако на современном этапе в связи со сложной геополитической ситуацией, продолжающимися действиями санкций стран Запада в отношении нашей страны, в сфере банковского кредитования реального сектора экономики возникают многочисленные проблемы, что оказывает отрицательное воздействие как на деятельность банков при ведении кредитного бизнеса, так и на их заемщиков [1].

Необходимо отметить, что на протяжении последних лет масштабы банковского кредитования вообще и кредитования реального сектора экономики в частности, имели неустойчивую динамику (табл. 1). За три последних года объем кредитов, предоставленных банками нефинансовому сектору экономики, включая физических лиц, увеличился на 852,3 млрд руб. При этом основной вклад в рост этого показателя внесло кредитование физических лиц. Если удельный вес кредитов, предоставленных реальному сектору экономики, имеет тенденцию к сокращению (с 72,3% на 1 января 2015 г. до 71,9% на начало 2018 г.), то удельный вес кредитов, предоставленных физическим лицам, растет (с 27,7% на начало 2015 г. до 28,1% на январь 2018 г.) [7].

При этом необходимо отметить, что за 2017 г. реальные располагаемые доходы населения в России сократились на 1,7%, а с начала 2014 г. – упали почти на 20% [2]. Рост кредитования населения на фоне непрекращающегося падения его реальных доходов несет в себе риск массовых невозвратов, а это, в свою очередь, чревато разрушительными последствиями для банковской системы и экономики страны.

На долю банков с государственным участием в России приходится подавляющая часть кредитов реальному сектору экономики. Концентрация средств и направлений банковской деятельности в таких условиях ведет к концентрации рисков в нескольких крупнейших банках, которые стали вертикально и горизонтально интегрированными финансовыми холдингами [5].

Анализ динамики просроченной задолженности в сегменте банковского кредитования предприятий реального сектора экономики за 2014–2017 гг. показал, что она выросла в абсолютном выражении на 1069 млрд руб., а в относительном – на 2,2%. За 2017 г. удельный вес просроченной задолженности в общем объеме выданных кредитов по данному направлению кредитования увеличился на 0,8% (табл. 2).

Таблица 1 - Структура и динамика кредитных вложений банков за 2015–2017 гг.

Показатели	01.01.2015	01.01.2016	01.01.2017	01.01.2018
Активы банков, всего, млрд руб.	77 653,0	82 999,7	80 063,3	82 253,7

Кредиты, предоставленные банками нефинансовому сектору				
- в млрд руб.	40 865,5	43 985,2	40 938,6	41 717,8
- в % к активам	52,6	53,0	51,1	50,7
Кредиты, предоставленные юридическим лицам				
- в млрд руб.	29 536,0	33 300,9	30 134,7	30 053,8
- в % к кредитам предоставленным	72,3	75,7	73,3	71,9
- в % к активам	38,0	40,1	37,6	36,6
Кредиты, предоставленные физическим лицам				
- в млрд руб.	11 329,5	10 684,3	10 803,9	11 664,0
- в % к кредитам предоставленным	27,7	24,3	26,7	28,1
- в % к активам	14,6	12,9	13,5	14,2

Таблица 2 -Динамика просроченной задолженности в сегменте банковского кредитования предприятий реального сектора экономики за 2014–2017 гг.

Дата	Просроченная задолженность, млрд руб.	Удельный вес, %	Кредиты, выданные предприятиям, млрд руб.
01.01.2014	933,7	3,6	22 499,2
01.01.2015	1250,7	3,8	29 535,9
01.01.2016	2075,9	5,0	33 300,8
01.01.2017	1892,0	5,8	30 134,7
01.01.2018	2002,7	6,6	30 030,8

Об ухудшении качества корпоративного кредитного портфеля свидетельствует и то обстоятельство, что растет объем реструктурированных ссуд. Так, по состоянию на 1 января 2018 г. объем реструктурированных крупных кредитов вырос за год на 3,0%, до 4,4 трлн руб. При этом на конец 2017 г. каждая третья крупная ссуда относилась к категории реструктурированных (33,9% от объема крупных ссуд). Ссуды, реструктурированные с увеличением срока кредитования (продолженные ссуды), к началу 2018 г. составили 49,6% от общего объема реструктурированных ссуд [10].

Следующим камнем преткновения является проблема отраслевых диспропорций при кредитовании предприятий реального сектора экономики. Потребности в кредитных ресурсах у многих отраслей материального и нематериального производства намного превышают объемы средств, предоставляемых кредитными организациями.

Данный факт обусловлен особенностями производственно-коммерческого цикла хозяйствующих субъектов соответствующей отрасли, их рентабельностью, оборачиваемостью активов. Потребности отраслей, которые относятся к

обрабатывающему производству, сельскому хозяйству, намного превышают объемы кредитных ресурсов, предоставляемых российской банковской системой. Факт хронического недофинансирования реального сектора экономики подтверждаются данными Всемирного банка, который констатирует, что банковские инвестиции к ВВП в России составляют 38,6%, что сопоставимо с такими странами, как Нигерия (36,3% ВВП), Шри-Ланка (40,5% ВВП) и Папуа Новая Гвинея (35,5% ВВП) [4, с. 11].

Как и прежде, наиболее активно отечественные кредитные организации предоставляют ссуды предприятиям экспортно ориентированных отраслей. При этом есть все основания предполагать, что сырьевая рента, т.е. доходы от экспорта нефти и газа в России в ближайшее время сократятся, так как стремительно меняется мировой энергетический рынок.

Степень зависимости банков от экспортных отраслей очень высока: экспортно зависимая часть банковской системы сосредоточивает в себе до 40% активов. Структура кредитования по секторам за последние три года почти не изменилась, а по сравнению с докризисным периодом экспортно-сырьевая направленность кредитного портфеля банков только усилилась (рис. 1). Это свидетельствует о том, что кредитные организации способствуют консервации сложившейся институциональной структуры экономики России, а не ее прогрессивному изменению в пользу развития приоритетных отраслей.

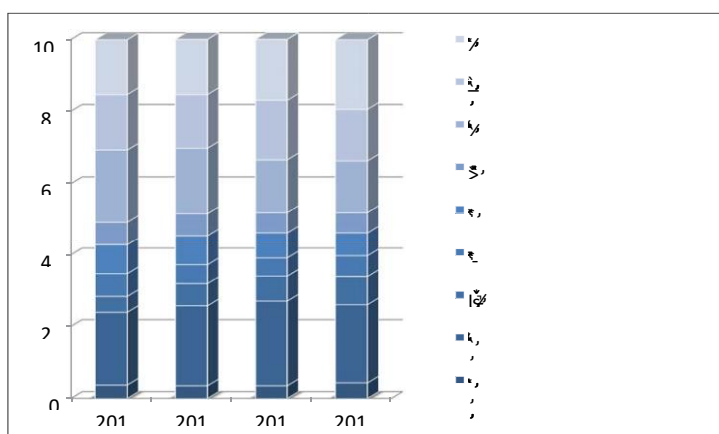


Рис. 1. Отраслевая структура кредитов, предоставленных реальному сектору экономики в 2014–2017 гг., %

Так же, как и раньше, сильна зависимость банков от крупных заемщиков. Наличие целого ряда банков в нашей стране определяется благополучием их основных клиентов. Так, на десять крупнейших кредитов приходится в среднем от 30 до 50% объема кредитных портфелей банков, а в Западной Европе – 2–10%. Отношение среднего объема десяти крупнейших кредитов к среднему капиталу составляет от 100 до 400% (30–100% в Западной Европе). В общем объеме средств кредитных организаций вклады 10 крупнейших заемщиков занимают от 40 до 80% (в Европе – менее 2%) [14, с. 4]. Данная ситуация не позволяет диверсифицировать риски и делает отечественные банки уязвимыми.

По данным Росстата, доля убыточных предприятий в России с 2014 по 2017 г. выросла до 28,1%. Доля убыточных предприятий в сфере добычи полезных ископаемых составила 36,9%; доля убыточных предприятий, добывающих топливно-энергетические полезные ископаемые, – 38,5%. Почти половина – 48% предприятий, занимающихся

производством и распределением электроэнергии, газа и воды, понесли убыток. Количество убыточных предприятий в обрабатывающем производстве увеличилось до 28,2%. В сельском хозяйстве и строительстве доля убыточных предприятий составила 21,2 и 22,9% соответственно [12, с. 5]. В результате около 30% предприятий, принадлежащих к соответствующим отраслям, изначально не могут рассматриваться кредитными организациями в качестве потенциальных клиентов.

Свыше половины производственного оборудования работает более 20 лет. Дальнейший износ основных производственных фондов приведет к падению производства в этих отраслях экономики.

Структура кредитных вложений в предприятия реального сектора экономики во многих регионах и в целом по стране характеризуется низкой долей долгосрочных кредитов, которых, как правило, особенно не хватает для обновления и технического совершенствования производства, а также для развития инвестиционной активности. До введения экономических санкций в целях привлечения «длинных» денег отечественные кредитные организации могли прибегать к заимствованиям в зарубежных банках, дешево занимая деньги у них и дорого продавая их в России. После введения санкций в 2014 г. сначала крупные кредитные организации, а затем и все остальные отечественные компании потеряли возможность получать дешевые кредиты за рубежом [13, с. 29]. Учитывая, что внешние рынки капитала для российских компаний и банков и по сей день остаются недоступными, а внутренние ресурсы ограничены, происходит дальнейшее увеличение доли государственного финансирования.

В этой связи присутствие государства в экономике России неуклонно растет. Сейчас доля государства в российской экономике превышает 60% ВВП (по некоторым данным – свыше 70%) [11, с. 81], и такую экономику уже нельзя назвать в полной мере рыночной. Концентрация в руках государства активов и создание системы государственных корпораций позволяет говорить о становлении в нашей стране монополистического государственного капитализма, который еще в конце XIX в. В. Ульянов (Ленин) называл «загнивающим» и «последней стадией империализма».

Процентные ставки по кредитам в сочетании с ужесточением неценовых условий банковского кредитования также являются одной из современных проблем кредитования. При рентабельности предприятий около 9% ставка по кредитам для корпоративных клиентов достигает 15–20% [8, с. 49]. В данной ситуации банковский сектор не может выступать в качестве эффективного стимулятора роста экономики и модернизации, а предприятия реального сектора не могут использовать кредитные средства как инструмент развития.

Необходимо также обратить внимание на диспропорции в территориальном распределении банков в России: наибольшее их количество находится в Центральном федеральном округе (60%), наименьшее количество – в Южном, Уральском, Дальневосточном округах. При этом более половины действующих банков находятся в Московском регионе [6, с. 14]. Поскольку большая часть промышленных предприятий расположена не в центральных регионах страны, подобная ситуация приводит к отрыву банковского обслуживания от реального сектора экономики.

В условиях развития кредитного рынка огромное значение отводится нормативно-правовой базе, обеспечивающей деятельность кредитных организаций. От качества разработанности законодательной базы в значительной степени зависит уровень

организации кредитного процесса и управление отдельными рисками (кредитным, процентным, операционным и прочими). В настоящее время действующее законодательство, регулирующее кредитные отношения и проводимые операции на кредитном рынке, не в полной мере отвечает его потребностям. Не урегулированы вопросы по отдельным видам совершаемых кредитными учреждениями кредитных операций, таких, к примеру, как долгосрочное кредитование. Непрогнозируемый характер и несовершенство законодательной базы отмечается, в частности, в сфере банкротства, защиты прав кредиторов, залогов и инфраструктуры по реализации залогов, кредитных историй и т.д. Неурегулированность отдельных вопросов кредитного процесса приводит к замедлению развития рынка кредитования, а также нарушению условий кредитных договоров.

Таким образом, развитие банковского кредитования реального сектора экономики в России на сегодняшний день сдерживается рядом факторов:

- высоким уровнем рисков в российской экономике;
- стагнацией рынка банковского кредитования, падением капитализации предприятий, ростом износа их основных производственных фондов и снижением реальных доходов населения;
- «вымыванием» мелких и средних банков из структуры финансовой системы страны и монополизацией рынка крупными банками с государственным участием;
- высокой стоимостью привлекаемых ресурсов;
- отраслевыми диспропорциями при кредитовании предприятий реального сектора;
- диспропорциями в территориальном распределении банков в России и недостаточным уровнем развития их региональной филиальной сети;
- неурегулированностью отдельных вопросов кредитного процесса вследствие несовершенства законодательной базы.

Вышеуказанные проблемы приводят к возникновению недоверия к российской финансовой системе в целом, неустойчивости российских банков и отставанию отечественного реального сектора экономики от уровня развития экономик развитых зарубежных стран. Для преодоления сложившейся ситуации необходимо проведение мероприятий как на макроуровне – со стороны органов государственной власти и Центрального банка России, так и на микроуровне – со стороны банков и предприятий реального сектора экономики.

Библиографический список

1. Величко Е.А., Трифонов Д.А. О некоторых проблемах и направлениях совершенствования банковского кредитования реального сектора экономики // Вектор экономики. 2018. № 2. URL: <http://www.vectoreconomy.ru/index.php/number2-2018/finance-i-kredit-2-2018> (дата обращения: 12.03.2021).
2. Доклад о денежно-кредитной политике. Электронная версия информационно-аналитического сборника // Банк России. 2017. № 4. URL: http://www.cbr.ru/publ/ddcp/2017_04_ddcp.pdf (дата обращения: 10.03.2021).
3. Григорян Ф.Р. Совершенствование финансового взаимодействия банковского и реального секторов экономики России: автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2013.
4. Григорян Ф.Р. Структурные противоречия финансового взаимодействия банковского и реального секторов России // Государственная власть и местное самоуправление в

России: история и современность: материалы XI Междунар. форума / под общ. ред. А.А. Васецкого. СПб.: ИПЦ СЗИУ РАНХиГС, 2013.

5. Григорян Ф.Р. Функциональные противоречия финансового взаимодействия банковского и реального секторов России // Фундаментальные науки и пути становления и развития новой экономики России: труды Междунар. науч.-практ. конф. с элементами научных школ. Ч. 1. М., 2016.

6. Информация о кредитах, предоставленным физическим лицам - резидентам в рублях и иностранной валюте // Банк России. URL: <https://www.cbr.ru/statistics/UDStat.aspx?Month=12&Year=2017&TblID=302-02M> (дата обращения: 10.02.2021).

7. Коршунова С.В., Трифонов Д.А. Современные проблемы банковского корпоративного кредитования в России // Экономика и бизнес: теория и практика. 2016. № 12. С. 49–51.

8. Мороз Д.С. Износ основных фондов Российской Федерации // Евразийский научный журнал. 2016. № 12. URL: <http://journalpro.ru/articles/iznos-osnovnykh-fondov-rossiyskoj-federatsii/> (дата обращения: 20.01.2021).

9. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2018 год и период 2019 и 2020 годов // Банк России. URL: [http://www.cbr.ru/publ/ondkr/on_2018\(2019-2020\).pdf](http://www.cbr.ru/publ/ondkr/on_2018(2019-2020).pdf) (дата обращения: 12.02.2021).

10. Соколинская Н.Э. Кредитование как важнейший фактор развития малого бизнеса в России: монография / Н.Э. Соколинская, Л.М. Куприянова. М.: КноРус, 2016.

11. Сорокина И.О. Проблемы взаимодействия банков и предприятий реального сектора национальной экономики // Управление в кредитной организации. 2012. № 1. С.

12. Трифонов Д.А. О полярном воздействии кредита на экономику // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2018. № 2. С. 29–32.

13. Хусаинов Р.В. Как банки меняют свою кредитную политику в условиях санкций // Банковское кредитование. 2014. № 6. С. 11–14.

14. Швейкин И.Е. Банковский инвестиционный кредит – основа развития реального сектора экономики // Банковские услуги. 2016. № 2. С. 14–16.

СВЕТОДИЗАЙН ДЛЯ СОЗДАНИЯ УЮТА И КОМФОРТА В СЕМЬЕ

*Лаврентьев Иван Владимирович, Понамарев Максим Денисович
Научный руководитель - Астафьева Ирина Германовна
ГБПОУ РХ «Техникум Коммунального Хозяйства и Сервиса»
г. Абакан*

«Если вы вложите свое сердце во что-то,
то, это что-то может стать прекрасным».
Джагги Васудев (Садхгуру)

Есть люди, которые думают, что для того, чтобы создать красивый дом, главное — вложить много денег, приобрести солидную дорогую мебель и предметы интерьера, и жилище автоматически станет уютным.

На самом деле для уюта важна не столько мебель, сколько определенные акценты, создающие ощущение красоты. Прежде всего, это освещение. Природа постоянно меняет световые циклы, как в течение дня, так и в течение года: рассветы, закаты, сумерки, ночное небо со звездами, луна, солнце... Благодаря им картина мира так разнообразна. Поэтому для нас важно, чтобы в квартире были разные источники освещения, так как все они помогают сделать жилище уютным.

Одним из основных дизайнерских приемов, который придает интерьеру выразительную индивидуальность и неповторимость, является грамотное расположение потоков света. И несомненным является тот факт, что с помощью некоторых нехитрых «законов света», которые используют профессиональные дизайнеры в своей работе, можно не только визуально увеличить пространство, акцентировать внимание на чем-либо или скрыть некоторые недостатки (например, высоту потолка). Красота и уют интерьера во многом зависят от его правильного освещения. Любой При правильном подборе освещения можно облагородить и сделать уютным даже самый скучный интерьер. Темные цвета визуально уменьшают пространство, поэтому дополнительное освещение в таких помещениях просто необходимо. За счет того, что свет отражается от поверхности, цвета приобретают новый оттенок, более комфортный.

Подбор освещения в дизайне интерьера

Освещение при оформлении интерьера играет очень большую роль. Свет помогает создать необходимую атмосферу, затемнить или осветлить цвета, выделить определенные зоны: рабочую, зону отдыха.

Освещение делится на следующие виды:

Естественное — окно;

Смешанное — окно и дополнительные источники света;

Искусственное — осветительные приборы;

Правила использования различного вида света

Одним из важных правил установки осветительных приборов является их функциональность. Большие потолочные люстры предназначены для освещения большого помещения, а вот настенные бра и светильники визуально вытягивают пространство. Напольные торшеры используются в основном для выделения определенной зоны. Каждый прибор освещения должен быть на своем месте, это поможет зонированию помещения и уберет от лишних трат электроэнергии.

Что выбрать для основного освещения ?

Люстра

Люстра – центральный элемент, она может стать акцентом в интерьере, выделить определенную зону, выступить в роли основного источника освещения. Например, люстра может расположиться над журнальным столиком в диванной зоне. Так она послужит главным композиционным организующим элементом для зоны отдыха. Есть правда и минус: возможность перестановки мебели ограничена тем, что люстра организует пространство вокруг себя.

В каком интерьере уместно использовать люстру?

Люстрой принято подчеркивать пространство, поэтому его должно быть достаточно. Классические люстры больше вытянуты по вертикали, поэтому для них нужны высокие потолки. Люстры в современных стилях бывают и горизонтальными, и вертикальными.

С чем можно поэкспериментировать? С проводом!

Эффектно смотрятся подвесные светильники с проводами в текстильной оплетке. Это может быть витой провод или простой круглый провод в оплетке. Количество цветовых вариантов огромно!

Интересным элементом дизайна может стать открытая проводка. Прикрепить ее к поверхности стены или потолка клипсами для открытой проводки или с помощью изоляторов (если кабель витой). Можно попробовать установить провод в натяжку или с провисом!

Лампа

Интересный светильник допустимо поставить на тумбочку. Устройство станет источником освещения и будет выполнять декоративные функции.

Бра

Такие лампы применяют для выделения предметов интерьера – камина или зеркала. Также их часто крепят возле телевизора.

Подвесные

Вместо люстры допустимо применять подвесные светильники. Они могут включать одну лампу или сразу несколько.

Как правильно выполнить световое зонирование

Чтобы зонировать зал, стоит использовать перегородки, цветовые решения и светильники. С помощью света удастся обозначить зоны гостиной, не выполняя сложных преобразований и сделать помещение более уютным.

В области отдыха допустимо расположить настенные бра или торшеры. Благодаря этому удастся получить расслабляющую обстановку.

Архитектурные потолки

Такие потолки представляют собой необычное решение. В этом случае подойдет точечное освещение. Подчеркнуть такой вариант оформления гостиной поможет гибкая светодиодная лента.

Длинная прямоугольная форма

Гостиные часто характеризуются удлиненной формой и напоминают прямоугольник. Чтобы сделать пространство более гармоничным, стоит расположить на потолке 2 лампы. Они должны быть одинаковыми.

Оформление без люстры

Этот тип освещения называется американским. Он заключается в отказе от использования потолочных светильников. Вместо этого применяют торшеры, бра и другие приборы.

Напольная подсветка

Прекрасным решением станет использование напольной подсветки. Она помогает сделать дизайн помещения более легким и воздушным.

Лампы с нисходящим и восходящим светом

Это оригинальное решение, которое часто используется для оформления гостиной. Оно привносит в помещение изюминку.

Светодиодная лента

Этот прием помогает получить уникальный интерьер и подчеркнуть разные части гостиной – плинтус, диван, стену.

Люстра с лампами в виде свеч

Это красивое декоративное решение, которое помогает привнести в интерьер гостиной сказочные нотки.

Можно бесконечно говорить о приемах освещения, позволяющих визуально менять пространство в зависимости от поставленной цели. Если правильно установить освещение, то можно как откорректировать геометрию комнаты и создать нужные акценты, так и замаскировать то, что должно оставаться в тени. Так же важно, чтобы освещение создавало атмосферу для полноценного отдыха. Когда дом наполнен светом, это всегда чувствуется. Такой дом создает особые отношения в семье. Он притягивает к себе домашних, они всегда спешат возвратиться туда. Такое жилье дает душевный отдых, является местом, где можно расслабиться, набраться сил, зарядиться позитивной энергией.

Библиографический список

1. <https://www.o-svet.ru/blog/lighting-design/>:
2. <https://www.dizainfoto.ru/interer/chto-soboj-predstavlyaet-svetovoj-dizajn-osveshheniya.html>
3. Селевко Г.К. Современные образовательные технологии: Учебное пособие. – М.: Народное образование, 1998.- 321с.
4. Сокольникова Н.М. Изобразительное искусство и методика его преподавания в начальной школе. – М.: Академия, 2002.
5. Страшнов В.Г. Вашему дому – красоту и уют. – М.: Моск.рабочий, 1990. – 224с.
6. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования: Учеб. Пособие для студ. Пед. Вузов и системы повыш. Квалиф. Пед. Кадров / под ред. Е.С.Полат. – М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 272с.

EVENT-МАРКЕТИНГ: СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ

Живтяк Мария Геннадьевна

Научный руководитель - Штезель Анна Юрьевна,

к. э. н. доцент кафедры торговли и общественного питания

КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Краснодар

Event-маркетинг как один из инструментов маркетинга, в последние годы все чаще используется компаниями для собственного продвижения. В статье раскрывается сущность event-маркетинга как одного из важнейших и эффективных инструментов маркетинга.

В настоящее время современные компании для продвижения своих товаров (услуг), брендов используют относительно новый для России инструмент – event-маркетинг. Действительно, традиционные способы продвижения такие как реклама в газетах и журналах, на телевидении и радио, все чаще сменяются оригинально организованными мероприятиями обеспечивающими максимальную вовлеченность участников в процесс мероприятия: развлекательное, спортивное, корпоративное и пр.

Event-маркетинг или, как его ещё называют, событийный маркетинг – это комплексная деятельность по организации различных событий, направленных на продвижение компании, её товаров или услуг, а также создание эмоциональной

привязанности потребителей к данной компании путём воздействия на их сознание при помощи ярких и запоминающихся мероприятий.

Event-маркетинг – это использование мероприятий, для привлечения потенциальных клиентов, формирования известности или продвижения товаров и услуг компании [3].

Что же касается самих event-мероприятий то это прежде всего – проекты, отличающиеся яркостью, торжественностью, праздничной атмосферой, энергичностью, развлекательным характером [2].

Очевидно, что в условиях постоянно растущей конкуренции удивить и заинтересовать искушенного потребителя становится всё сложнее и сложнее. Предприятия, использующие только традиционные инструменты отстают на несколько шагов от тех предприятий, маркетинговая стратегия которых включает в себя новые, нестандартные методы коммуникаций. В условиях быстро меняющихся потребительских предпочтений именно такие предприятия имеют гораздо больше шансов удержать свои позиции в том или ином сегменте рынка и получить при этом максимальную прибыль.

Кроме того, систематическая организация массовых мероприятий, направленных на продвижение продукта или услуги предприятия при помощи ярких и праздничных мероприятий, как правило, надолго закрепляется в сознании потребителей.

Таким образом, событийный маркетинг позволяет с успехом выстроить тесную эмоциональную связь между компанией и её клиентами за достаточно короткий промежуток времени. Но не стоит забывать, что максимального эффекта можно достичь только при грамотном выборе формата мероприятия. Так, в рамках реализации event-маркетинга и в зависимости от аудитории, мероприятия можно разделить на несколько групп:

- TRADE EVENTS – мероприятия, организованные для деловых партнеров, клиентского корпуса, дилеров и дистрибьюторов. Однако, их деловая направленность не исключает использования развлекательной составляющей (научные и практические конференции, форумы, презентационные мероприятия, выставочные мероприятия и др.);

- CORPORATE EVENTS – мероприятия, направленные на внутреннюю аудиторию компании – персонал (сотрудников и их семей), повышают производительность труда, формируют корпоративный и командный дух. Прежде всего, корпоративные мероприятия, праздничные события компании и др;

- SPECIAL EVENTS - это специальные мероприятия, происходящие в определенный отрезок времени, носящие исключительный характер, в котором принимают участие представители целевой аудитории компании, посредством чего формируется положительная коммуникация между потребителями и непосредственно самой фирмой, растет их лояльность. [1]

Вместе с тем, проведение мероприятий для данной группы потребителей, в том числе потенциальных, помогает компании не только удержать их, воздействуя на них эмоционально, но улучшить или повысить лояльность по отношению к компании и бренду. Таким образом, можно выделить следующие особенности event-маркетинга, как:

Креативный подход отличает Event-маркетинг от обычных мероприятий, так как основывается на создании нестандартных, ярких, фееричных концепций и сценариев с одинаковой эффективностью воздействия на потребителей для компаний различных сфер деятельности и с разными финансовыми возможностями.

Формирование эмоциональной привязанности целевых аудиторий влияет на повышение лояльности клиентов и имиджа компании, так как при последующем упоминании о ней у потребителей в памяти будут всплывать только позитивные воспоминания, сформировавшиеся во время участия в event-мероприятиях и, соответственно, характеризовать данную организацию с положительной стороны.

Кроме того, эмоциональный контакт с аудиторией, который устанавливается во время event-мероприятия, даёт возможность более эффективно повлиять на целевую аудиторию, например, за счет предоставленной возможностью познакомиться с продукцией, опробовать ее в положительной и праздничной атмосфере. [4]

Широчайший охват аудитории достигается за счёт привлечения большого количества участников, освещения данного события в СМИ, а также посредством «сарафанного радио».

Вследствие большого количества информированных аудиторий от события к событию постоянно растет количество заинтересованных людей, так как бесплатный праздник, возможность отдохнуть и получить полезную информацию всегда привлекательны для людей любого возраста.

Event-маркетинг – это не только яркое запоминающееся событие, но и большой поток информации, которую участники и организаторы мероприятий получают самыми разными способами. Так, участники могут взаимодействовать с ведущим и получить необходимую информацию от него, либо же посредством личного знакомства с фирмой, её товарами и услугами. Организаторы, в свою очередь, могут рассматривать участников как большую фокус-группу, с помощью которой можно выявить и накопить определенные знания о потребителе, в ряде случаев позволяющие избежать лишних расходов на исследования. [2]

Как правило, событийное мероприятие, направленное на целевую аудиторию, содержит в себе мощную информационную составляющую, так как связано с присутствием журналистов, СМИ, привлечением известных персон (певцов, артистов и пр.), что в дальнейшем сопровождается публикациями, репортажами.

Таким образом, подобные мероприятия имеют длительный эффект воздействия, за счёт распространения информации о них задолго до дня проведения, а также последующего освещения в СМИ, тем самым сохраняя и воспроизводя положительные эмоции в умах людей.

Кроме того, удачно проведенное event-мероприятие всегда вызывает бурю положительных эмоций у общественности, что дает почву для обсуждений и порождает определенного рода резонанс в массах.

Так как любое event-мероприятие имеет в себе развлекательную составляющую, организуется с целью привлечения общественности и для общественности, можно сказать, что event-маркетинг позволяет компаниям участвовать в культурной жизни общества.

Основываясь на прочной и обратной связи, положительных эмоциях, являясь достаточно новым методом воздействия, имея высокую степень оригинальности и гибкости, event-маркетинг позволяет максимально эффективно продвигать компанию, в условиях жесткой конкуренции. [5]

Помимо этого, событийный маркетинг является своеобразным миксом элементов продвижения и может сочетать в себе средства рекламы, PR, стимулирования сбыта,

прямого маркетинга и Интернет-маркетинга, благодаря чему воздействует сразу по нескольким коммуникационным каналам.

Подводя итоги следует отметить, event-маркетинг является одним из элементов целого комплекса инструментов, используемых для продвижения, в связи с чем, крайне важно обладать набором специальных знаний в области маркетинга по продвижению компании, и умело применять их в совокупности с маркетингом событий.

Таким образом, event-маркетинг представляет собой важную часть коммуникационной стратегии в системе продвижения товаров (услуг) компании или его бренда. Это эффективный инструмент, грамотное использование которого при построении взаимоотношений с потребителями, бизнес-клиентами или персоналом может дать хороший эффект для продвижения продукции предприятия, формирования его положительного имиджа и повышению лояльности к компании или бренду.

Библиографический список

1. Амирова Д.Р., Янаева Р.Р. Внутренний маркетинг как инструмент управления персоналом предприятия сферы услуг//В сборнике: Социальноэкономические проблемы развития предприятий и регионовсборник статей XX Международной научно-практической конференции. Под редакцией Г.А. Резник. - 2016.- С. 27-33.
2. Иванова К.В. Event маркетинг как система организации event - мероприятия//Новая наука: От идеи к результату. - 2016. - № 12-2.- С. 68-70.
3. Лунева Е.А.История развития событийного маркетинга и сущность понятия event в предпринимательской деятельности//Современные тенденции в экономике иуправлении: новый взгляд. - 2010. - № 1-1. - С. 107-111.
4. Манихин А.А. Событийный маркетинг. понятие, сущность и преимущества событийного маркетинга//Российское предпринимательство. 2010. - № 3-1. - С. 69-73.
5. Корокошко Ю.В., Салихова А.А.Коммуникации event-маркетинга в системе продвижения услуг//Сборники конференций НИЦ Социосфера. - 2013. - № 23. - С. 70-72.

ПРОСТЕЙШИЙ СПОСОБ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ГЛУБИНЫ УРОВНЯ ЗАЛЕГАНИЯ ВЕРХОВОДКИ

*Мокрушин Дмитрий Сергеевич, Морозов Александр Николаевич
Научный руководитель – Сиротинкина Анастасия Петровна, преподаватель
ГБПОУ РХ «Черногорский горно-строительный техникум», г. Черногорск*

Велика роль грунтовых вод в природе и в жизни людей. Они являются важным источником питания рек и озер. В дальнейшем значение их будет увеличиваться в связи с растущими потребностями населения и промышленности в воде.

В старину, чтобы определить, на какой глубине располагаются грунтовые воды, пользовались различными приёмами. Для рытья колодцев выбирали места низкие, например низину с лесочком и кустарником. В речных долинах условия для добывания подземных вод особенно благоприятны. Народом же подмечено, что яблони и вишни плохо растут в местах, где грунтовые воды близко подходят к поверхности земли, а если ольха, клен, плакучая ива, береза - все склонились в одну сторону, это признак того, что

поблизости находится водяная жила, в местах высокого стояния вод могут попадаться одиночные дубы, поскольку растут как бы на пересечении водяных жил. В старину крестьяне замечали, что лошади и собаки, испытывая жажду, начинают копать землю там, где чувствуют воду. Над водяными жилами избегает лежать собака, а вот кошка делает наоборот. Курица не сядет и не станет нести яйца в том месте, где высоко стоят воды, гуси же, как раз несут яйца на пересечении водяных жил.

В настоящее время существует огромное множество способов определения глубины залегания подземных вод. С развитием техники применяется большое количество разных технических приспособлений. Однако существуют более простые (сравнительно дешевые) приспособления. Начинать обследование участка следует с геологоразведки – она поможет выяснить, существуют ли возможные препятствия для строительства колодца, обусловленные составом почвы. После этого определяется глубина залегания грунтовых вод на участке. Достаточно точно определить глубину залегания подземной воды помогают имеющиеся в округе открытые водоемы и действующие колодцы.

Примерно определить глубину залегания грунтовых вод возможно с помощью находящихся неподалеку открытых природных водоемов или действующих колодцев. Если они находятся поблизости, то достаточно снять показания ватерпаса (стеклянная трубка с водой, где пузырьёк воздуха стоит посередине, если плоскость горизонтальна).

В ходе изучения данной темы, можно сделать вывод, что существуют простейшие физические приборы для определения глубины залегания грунтовых вод, также, предположительно можно сказать, что глубина залегания грунтовых вод зависит от близости к водоему. В заключении отметим, что определение глубины залегания грунтовых вод имеет важное практическое значение, особенно для жителей деревень и дачников. Ведь вода в сельском доме не бежит из – под крана, ее нужно «доставать» из земли. Поэтому в деревнях и на дачах у большинства жителей во дворах стоят специально вырытые скважины. Однако, глубина залегания воды в них неодинакова. Причиной этого мы предполагаем разное расстояние от водоема, разную высоту над уровнем водоема.

Библиографический список

1. Вакорин В. Поиск воды на приусадебном участке Бюллетень «Строительный магазин» № 21, 2000
2. Скрынников Г.В. Гидротехнические сооружения на дачном участке – Москва: «АСТ», 2004.
3. Поиск водоносного слоя – <http://chernomorsk.narod.ru> (дата обращения 15.01.2022)
4. Сайт «Как сделать своими руками» - <http://kak-svoimi-rukami.com> (дата обращения 20.02.2022)

НЕЙРОМАРКЕТИНГ В РАБОТЕ ПРОДАВЦА

Веремейчик Ксения Андреевна

*Научный руководитель – Барабанова Светлана Леонидовна, преподаватель
УО «Мозырский государственный политехнический колледж», г.Мозырь*

Введение. На сегодняшнем этапе развития уделять внимание изучению нейромаркетинга, т.к. если технологиям, разработанным на стыке экономики и

психологии, удастся решить проблемы и преодолеть трудности, организации получат возможность снижения расходов на сбыт, научатся понимать потребителей. Термину около 20 лет. Авторы обращались к данному направлению и ранее – три автора работ по поведенческой экономике получили Нобелевскую премию. В 2002 году ЭйлСмидтс продолжил их работу и ввел термин «нейромаркетинг».

Цель работы – анализ теоретических и практических аспектов влияния инструментов нейромаркетинга на потребительское поведение. Для достижения цели необходимо решить задачи: раскрыть теоретические и практические аспекты; провести анализ использования нейромаркетинга в деятельности торговых организаций г.Мозыря; выявить направления использования нейромаркетинга для повышения эффективности деятельности продавцов.

Объект исследования – торговые организации г.Мозыря. Предмет исследования – использование нейромаркетинга в деятельности продавцов.

Методы исследования: изучение и анализ литературы, периодических изданий, СМИ, сети Internet, анализ статистических данных.

Практическая значимость работы состоит в том, что изложенные рекомендации можно рассматривать как факторы повышения эффективности деятельности, разработанные мероприятия могут быть внедрены в торговых организациях, материал работы будет интересен специалистам.

Основная часть. Термин представляет собой слияние слов нейробиология и маркетинг. Автором термина считают Э.Смидтса. Нет единого определения нейромаркетинга. Отечественные маркетологи рассматривают его широко, а зарубежные более узко. Это междисциплинарная наука. Предмет и область точно не определены. Это вид маркетинга, основанный на результатах исследований реакций мозга, вызванных воздействиями производителей и продавцов. Его достоинства: глубокое погружение в потребности; увеличение прибыли, рост продаж, вовлеченности, лояльности клиентов. Недостатки: этический аспект; манипуляции с сознанием. Проблемы при использовании инструментов: закрытость исследований и методов обработки данных, исследования проводятся в основном частными компаниями. Можно утверждать, нейромаркетинг – одно из перспективных направлений.

В настоящее время в области бизнес-исследований все более популярным становится нейромаркетинг. Опрос, проведенный по вопросу информированности о нейромаркетинге и необходимости его применения, представлен в Приложении 1.

Нейромаркетинг является перспективным направлением для ТО г.Мозыря. Технически нейромаркетинговые исследования включают простые и недорогие подходы и более сложные. Схема использования нейромаркетинга та же, что и при любой продаже. При разработке нейромаркетинговых коммуникаций используется четыре основных канала получения человеком информации. Одним из главных инструментов для оказания влияния на поведение целевой аудитории является визуализация. Большую часть информации мы получаем через зрение. Это подтверждается результатами опроса, представленными в приложении 2.

Визуальные коммуникации – это зрительная консультация, которая проводится для покупателя без его согласия и желания с учетом психологических законов восприятия. Эмоциональные переживания быстрее запечатлеваются в памяти через визуальное представление. В ходе проведенной беседы все категории участвующих отмечали, что

товар, который предлагается с соответствующим оформлением хочется приобрести, не имея в нем острой необходимости, а красиво и уютно оформленные ТО посещаются намного чаще. В ходе наблюдения за посетителями ТО г.Мозыря необходимо отметить, что чаще всего покупатели находятся в зонах с хорошим освещением, рассматривают витрины, имеющие подсветку, задерживают взгляд на выделенных светом площадях.

Цвет должен использоваться при формировании интерьера ТО с учетом реализуемых в нем товаров и услуг. Удачное цветовое оформление привлекает, создает особую атмосферу, способствует комфортному времяпрепровождению и увеличивает время пребывания в ТО.

Музыкальный дизайн складывается из звуков и музыки в торговом зале; объявлений; приветствия посетителей; звуков при открывании дверей и т. д. В ходе беседы выявлено позитивное влияние музыкальных композиций на создание имиджа торгового объекта в целом и товара в частности.

Любой запах человек рассматривает как приятный, либо неприятный. В беседах между собой потребители часто высказываются о нежелании посещать отдельные ТО г.Мозыря в виду постоянно преследующего неприятного запаха; 2) в ТО, использующих аромамаркетинг, делаются спонтанные покупки, продлевается время пребывания. На рисунке в приложении 3 представлены данные опроса.

Кинестетический канал – надежный, недорогой и мощный. Это единственный способ воздействовать на всех посетителей. 99% людей радуют чувства надежности, заботы, тепла. 99% не нравятся агрессия, злоба, колючее и слизкое. Данный аспект является самым интересным, но одновременно и менее используемым на практике.

Закключение. Таким образом, можно ожидать, что в перспективе технологии нейромаркетинга будут активно внедряться в практику работы, что приведет как к повышению эффективности деятельности торговых компаний, так и к большему удобству совершения покупок для потребителей, максимальной удовлетворенности потребителей. Продавец – одно из главных звеньев успеха. Поэтому я считаю необходимым изучать различные приемы и методы работы с покупателями. Для маркетологов нейромаркетинг привлекателен тем, что позволяет изучать запросы потребителей намного эффективнее. От моих действий будет зависеть мой успех, успех той организации, в которой я буду работать.

Библиографический список

1. Льюис, Д. Нейромаркетинг в действии. Как проникнуть в мозг покупателя / Д. Льюис. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 304 с.

Приложение 1

Таблица – Анализ информированности о нейромаркетинге и необходимости его использования

Вопросы	Преподаватели		Учащиеся		Родители		Представители ТО		Итого	
	чел.	уд.вес,%	чел.	уд.вес,%	чел.	уд.вес,%	чел.	уд.вес,%	чел.	уд.вес,%
1.Используется ли нейромаркетингТО г.Мозыря										
да	10	47,62	12	40,00	14	56	6	50,00	42	47,73
нет	8	38,10	14	46,67	8	32	3	25,00	33	37,50
не	3	14,29	4	13,33	3	12	3	25,00	13	14,77

задумывался										
итого	21	100,00	30	100,00	25	100	12	100	88	100
2.Необходимо ли использовать нейромаркетинг в деятельности ТО										
да	19	90,48	26	86,67	12	48	10	83,33	67	76,14
нет	1	4,76	2	6,67	8	32	1	8,33	12	13,64
не задумывался	1	4,76	2	6,67	5	20	1	8,33	9	10,23
итого	21	100,00	30	100,00	25	100	12	100	88	100

Приложение 2

Таблица – Анализ важности визуализации в ТО

Вопросы	Преподаватели		Учащиеся		Родители		Представители ТО		Итого	
	чел.	уд.вес, %	чел.	уд.вес, %	чел.	уд.вес, %	чел.	уд.вес, %	чел.	уд.вес, %
1.Считаете ли Вы, что оформление магазина влияет на ваше желание приобрести товар?										
да	15	71,43	28	93,33	13	52	10	83,33	66	75
нет	4	19,05	2	6,67	6	24	0	0,00	12	13,64
не задумывался	2	9,52	0	0,00	6	24	2	16,67	10	11,36
итого	21	100,00	30	100,00	25	100	12	100	88	100
2.Чему вы доверяете больше увиденному или услышанному?										
увиденному	15	71,43	30	100	21	84	8	66,67	74	84,09
услышанному	6	28,57	0	0	4	16	4	33,33	14	15,91
итого	21	100	30	100	25	100	12	100	88	100

Приложение 3

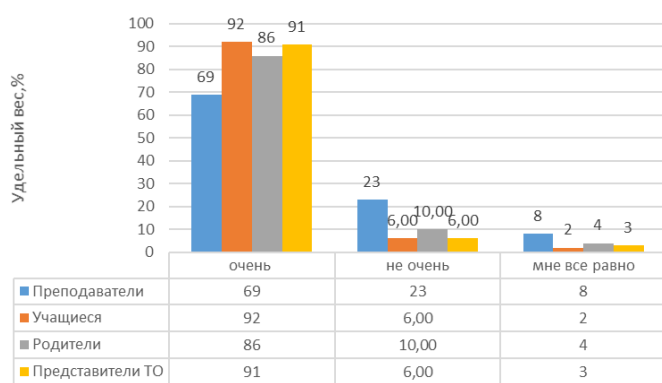


Рисунок 1– Значимость аромата (запахов)в торговом объекте

БИЗНЕС- ПЛАН ПРЕДПРИЯТИЯ «KRONA» ПО ПРОИЗВОДСТВУ ДЕКОРАТИВНОЙ ДРЕВЕСНОЙ ЩЕПЫ

Тюрина Алина Евгеньевна
Научный руководитель – Нина Анатольевна Морозова, преподаватель

Суть проекта: организация производства декоративной щепы из отходов деревообработки. Данная отрасль-производство щепы, быстро развивается, в городе Абаза подобных предприятий нет.

Местонахождение предприятия: Республика Хакасия, город Абаза.

Краткосрочная цель проекта: за один год организовать производство декоративной древесной щепы из отходов деревообработки на личном приусадебном участке.

Долгосрочные цели проекта:

1. Создание высокорентабельного предприятия с круглогодичным циклом
2. Организация новых видов продукции щепы
3. Удовлетворение потребительского спроса
4. Привлечение инвесторов,
5. Расширение производства, создание новых рабочих мест.

Правительством РФ подготовлена обновлённая «Стратегия развития лесного комплекса до 2030 года». Одним из её направлений является стимулирование производства продукции из древесины внутри страны.

Город Абаза располагается в регионе, где много леса и деревообрабатывающих предприятий. Их отходы являются ценным материалом для производства древесной щепы, которая востребована при оформлении скверов, парков и детских площадок.

В районе нет конкурентов, отмечается высокий спрос на продукцию среди владельцев земельных участков, гостиниц и кафе. Производство декоративной щепы при малых затратах и правильной организации является высокорентабельным.

Доставка сырья планируется на личном автотранспорте. Собственные средства позволяют открыть предприятие без привлечения заёмных средств.

Основа для расчётов такова: средние расходы на производство 1 кг древесной щепы составляет 20 рублей, реализуется, как правило, по цене 28 рублей за 1 кг. С одной тонны можно заработать 8000 рублей. Сальдо наличных средств: 570 тысяч рублей. Рентабельность проекта в первый год: около 60%. Общая стоимость проекта 474 000 рублей.

Площадь помещения 30 м². Оснащение цеха: рубильная машина, ёмкость для покраски, сито.

Технология производства:

1. Подготовка сырья (сортировка, сушка).
2. Дробление сырья.
3. Просеивание, отделение мелких фракций.
4. Окраска измельчённого сырья.
5. Сортировка.

Максимальная производительность: 800 кг/час.

Предприятие в перспективе будет предлагать потребителям следующие товары:

1. Декоративная древесная щепа для ландшафтного дизайна.
2. Древесная щепа для садоводства и огородничества.
3. Древесная щепа для копчения.
4. Древесная щепа для детских площадок.

SWOT-анализ бизнес-идеи. Сильные стороны:

1. Отсутствие конкурентов.
2. Низкая себестоимость сырья.
3. Высокий спрос на продукцию.
4. Простая технология производства
5. Огромный выбор недорогого оборудования для производства.
6. Большой рынок сбыта продукции.

Слабые стороны:

1. Высокая цена на энергоносители.
2. Сезонность бизнеса.

В первый год работы погодные условия могут препятствовать быстрой сушке продукции в естественных условиях, в дальнейшем планируется сделать сушку механической.

Угрозы: Невысокая платёжеспособность населения может привести к падению спроса на продукцию. Отдалённость территории ограничивает выход на региональный рынок.

Целевая аудитория: семейные мужчины и женщины от 35 до 76 лет, имеющие детей, проживающие в городе Абаза и Таштыпском районе, собственники личных приусадебных хозяйств, дач. Наши потребители имеют ежемесячный доход от 20 000 тыс. рублей, они увлечены дизайном своих территорий, заботятся об экологии и урожайности почвы.

Сегментование ЦА: поколение «X» и Бэби-бумеры.

Срок окупаемости проекта 1, 2 (года)

Декоративная щепа- универсальный материал, которым пользуются на профессиональном и любительском уровне ландшафтные дизайнеры. При правильной организации производства данный бизнес обеспечит стабильный доход. В перспективе можно круглогодично производить более дорогую щепу для копчения, специально обработанную для детских площадок. Поставки измельченной древесины можно организовать производителям арболита или топливных брикетов.

Изготовление древесной щепы (мульчи) превращает отходы деревообработки в ценный материал. Есть возможность дальнейшего развития, совершенствования производства, приобретения более мощного оборудования, привлечения инвесторов и создания новых рабочих мест.

Низкая себестоимость позволит продавать продукцию по более низкой цене, нежели конкуренты. Для рекламы и продвижения продукции на рынки соседних регионов можно использовать возможности интернета.

Плоды данного бизнеса будут полезны для экологии, радовать потребителей и производителей!

Библиографический список

1. Распоряжение Правительства РФ от 11 февраля 2021 г. № 312-р «Стратегия развития лесного комплекса Российской Федерации до 2030 года»
<https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400235155/>
2. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Баринов. - М.: Форум, 2018. - 144 с.
3. Орлова, Е. Р. Бизнес-план. Методика составления и анализ типовых ошибок / Е.Р.Орлова. - М.: Омега-Л, 2019. - 160 с.

ПРОИЗВОДЯЩИЕ ФУНКЦИИ

Гринева Дарья Сергеевна
Научный руководитель - Вялов Константин Александрович,
Преподаватель ГБПОУ РХ «Хакасский колледж профессиональных
технологий, экономики и сервиса», г.Абакан

Пусть $a_0, a_1, a_2 \dots$ - произвольная (бесконечная) последовательность чисел. Производящей функцией (производящим рядом) для этой последовательности будет называться выражение вида

$$a_0 + a_1 \cdot s + a_2 \cdot s^2 \dots, \text{ или, в сокращенной записи,} \quad (1)$$

$$\sum_{n=0}^{\infty} a_n \cdot s^n$$

Если все члены последовательности, начиная с некоторого, равны нулю, то производящая функция является производящим многочленом.

Числа, входящие в последовательность, могут иметь различную природу. Мы будем рассматривать последовательности натуральных, целых, рациональных, вещественных и комплексных чисел. Производящую функцию, как и обычную функцию, мы будем часто обозначать одной буквой, указывая в скобках ее аргумент:

$$A(s) = a_0 + a_1 \cdot s + a_2 \cdot s^2 + \dots$$

В задаче о количестве разбиений натурального числа получил формулу, выражающую производящую функцию числа разбиений через бесконечное произведение

$$\sum_{n=0}^{\infty} p(n)x^n = \prod_{k=1}^{\infty} \frac{1}{1-x^k}$$

Эйлер определил дзета-функцию, обобщение которой получило впоследствии имя Римана:

$$\zeta(s) = \frac{1}{1^s} + \frac{1}{2^s} + \frac{1}{3^s} + \dots$$

где s вещественное число (у Римана — комплексное). Эйлер вывел для неё разложение:

$$\zeta(s) = \prod_p \frac{1}{1-p^{-s}},$$

где произведение берётся по всем простым числам P . Тем самым он открыл, что в теории чисел возможно применение методов математического анализа, положив начало аналитической теории чисел, в основе которой лежат тождество Эйлера и общий метод производящих функций. Эйлер значительно продвинул теорию рядов и распространил её на комплексную область, получив при этом знаменитую формулу, дающую

тригонометрическое представление комплексного числа. Большое впечатление на математический мир произвели ряды, впервые просуммированные Эйлером, в том числе не поддававшийся до него никому ряд обратных квадратов:

$$\zeta(2) = \lim_{n \rightarrow \infty} \left(\frac{1}{1^2} + \frac{1}{2^2} + \frac{1}{3^2} + \dots + \frac{1}{n^2} \right) = \frac{\pi^2}{6}.$$

Разложим формулу бинома Ньютона при $a = \frac{1}{2}$, получим :

$$(1 + s)^{\frac{1}{2}} = 1 + \frac{s}{2} + \frac{\frac{1}{2}(\frac{1}{2}-1)}{2} s^2 + \frac{\frac{1}{2}(\frac{1}{2}-1)(\frac{1}{2}-2)}{6} s^3 + \dots + \frac{\frac{1}{2}(\frac{1}{2}-1)\dots(\frac{1}{2}-k+1)}{k!} s^k .$$

Упростим это выражение: $(1 + s)^{\frac{1}{2}} = 1 + \frac{s}{2} - \frac{s^2}{2 \cdot 4} + \frac{3s^3}{2 \cdot 4 \cdot 6} - \dots + (-1)^{k-1} \frac{1 \cdot 3 \cdot \dots \cdot (2k-3)s^k}{2 \cdot 4 \cdot \dots \cdot 2k} + \dots$

С помощью этой формулы можно извлекать квадратные корни с любой точностью, например:

$$\sqrt{5} = \sqrt{4 + 1} = 2\sqrt{1 + 0,25} = 2(1 + 0,25)^{\frac{1}{2}} = 2 \left(1 + \frac{1}{2} \cdot \frac{1}{4} - \frac{1}{2 \cdot 4} \cdot \frac{1}{16} + \dots \right) = 2,236 \dots$$

Так же можно находить $\ln s$, $\sin s$, $\cos s$ с любой точностью.

Свойства производящих функций просты в понимании и легко применяются в практике.

Производящие функции помогают находить приблизительные значения определенных иррациональных чисел, и применяются во многих задачах по комбинаторики.

Библиографический список

1. Ландо, С.К. Лекции о производящих функциях [Текст] / С.К. Ландо М.: 2004.
2. Рыбников, К.А. История математики [Текст] / К.А. Рыбников -2-е изд.: Издательство МГУ, 1974.
3. Пермяков, П.П. Некоторые вопросы развития комбинаторного анализа[Текст]/ дис. ...канд. физ.-мат. наук: П.П. Пермяков Автореферат. - М.:1978.
4. Виленкин, Н.Я. Комбинаторика [Текст] / Н.Я. Виленкин– М.: Издательство МГУ, 1969.

РИСКИ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Кондратьева Юлия Дмитриевна

*Научный руководитель – Барабанова Светлана Леонидовна, преподаватель
УО «Мозырский государственный политехнический колледж», г. Мозырь*

Введение. Компьютерные технологии прочно вошли в нашу жизнь, обеспечивая комфорт и удобство. Модуль дистанционного обслуживания клиента делится на две части – подсистема «Клиент-банк» и подсистема «Интернет-банкинга». Интернет–банкинг – это способ предоставления банковских услуг через интернет в любое время суток и в любом месте. Он представляет собой технологию, благодаря которой банковское обслуживание производится дистанционно. Доступ к банковским операциям осуществляется с компьютера, подключённого к сети Интернет. В большинстве случаев доступ осуществляется при помощи браузера, без необходимости устанавливать специальные программы и приложения.

В ходе написания работы проводились опросы. Все опрошенные являются интернет-пользователями и клиентами белорусских банков как частные лица, то есть имеют хотя бы одну банковскую карту, счет, вклад. Наиболее популярным дистанционным каналом банковского обслуживания является интернет-банк. Исходя из данных опроса практически все осведомлены об услуге, а те, кто знаком с данной услугой, используют ее регулярно. Это подтверждает актуальность темы работы. Объект исследования интернет-банкинг как один из каналов дистанционного банковского обслуживания.

Перспективы и привлекательность рынка интернет-банкинга очевидны. Однако в условиях нынешнего глобального финансового кризиса, нестабильности банковского сектора и отсутствия у большинства банков свободных средств существенно повышается критичность рисков, присущих инновационным направлениям бизнеса. Если говорить об интернет-банкинге, то динамика инновационных процессов, сделавшая саму эту технологию возможной, имеет и обратную сторону. Цель работы – анализ рисков дистанционного банковского обслуживания.

Основная часть. Развитие Интернета и удобных для потребителей электронных технологий, а также предоставление банками все новых видов услуг на конкурентной основе связано не только с получением преимуществ, но и с рисками. Интернет-банкинг не меняет природы финансовых рисков. При его проведении банкам приходится сталкиваться с теми же основными видами риска, что и при проведении классических банковских операций (кредитный, ликвидности, рыночный, операционный, правовой). При этом интернет-банкинг, как правило, на современном технологическом уровне увеличивает подверженность риску и вносит разнообразие в его структуру, что вызвано следующими причинами: виртуальный характер дистанционных банковских операций; общедоступность «открытых» телекоммуникационных систем; чрезвычайно высокая скорость выполнения транзакций; глобальными масштабами межсетевое операционное взаимодействие; активным участием фирм – провайдеров услуг в проведении операций.

Риски систем дистанционного банковского обслуживания – это риски, возникающие при осуществлении банком операций с применением систем интернет-банкинга. В связи с усилением значения дистанционного банковского обслуживания возникают новые виды рисков – риски, связанные с электронными банковскими операциями». К ним можно отнести риски, связанные: с зависимостью от поставщиков и провайдеров; с обеспечением безопасности, целостности и конфиденциальности банковских данных; с авторизацией, аутентификацией и подтверждением достоверности и прав пользователя; со стратегией ведения бизнеса и деловыми операциями; с планированием непрерывности деловых операций; с допустимостью проведения тех или иных операций и правовыми вопросами; с компьютерными преступлениями и отмыванием денег.

К рискам, связанным с интернет-банкингом, также относят: кредитный, процентный, фондовый, валютный, операционный, стратегический, репутационный, правовой, а также риск ликвидности. При этом указанные виды рисков не являются исчерпывающими.

На основании данных, проведенного опроса следует отметить, что учащимися колледжа наиболее востребованы лишь отдельные операции (Приложение 1).

Наибольшей популярностью пользуется оплата мобильной связи. С точки зрения активности использования для оплаты услуг мобильные банковские приложения, по мнению учащихся заметно отстают от интернет-банков. Не смотря на большую аудиторию сервисы электронных денег, заметно проигрывают интернет-банкам по активности проведения платежей и переводов. Среди сегментов, в которых сервисы электронных денег по-прежнему опережают банковские онлайн-сервисы, остаются оплата покупок в интернет-магазинах и покупка музыки, фильмов, игр и программного обеспечения. Все угрозы надежности банковской деятельности, порождающие риски для наиболее популярных в ученической среде услуг, можно разделить на две группы: 1) данные, передаваемые, обрабатываемые и хранимые в информационных каналах, могут быть похищены, изменены, уничтожены; 2) операции, совершаемые с этими данными, могут быть имитированы, искажены, заблокированы.

Несмотря на стремительное развитие интернет-технологий и их прочное место в жизни современного человека, многие люди закономерно сомневаются в безопасности своих данных и денежных средств. 25% учащихся отмечают это, как фактор, благодаря которому не доверяют данной услуге [1,с.152].

Проблематика банковских рисков привлекает внимание органов банковского регулирования и надзора разных стран уже довольно давно, и попытки их подробного описания и анализа имели место задолго до начала эры дистанционного банковского обслуживания.

Изучив литературу по рассматриваемой теме, я могу предположить, что физические лица также могут столкнуться со следующими рисками: деловой; безопасности; хищений идентификационных данных; мошеннических действий со счетами; отмыwania денег; обезличивания индивидуальности; отрицания транзакций; риск непредусмотренного раскрытия информации; риск ошибок; риск мошенничества; риск прерывания операций; риск неэффективного планирования; риски, связанные с действиями клиентов.

А вот юридические лица, на мой взгляд, могут столкнуться с рисками, которые представлены в приложении 2.

В литературе, посвященной рискам банковской деятельности, также часто встречаются «новые» банковские риски. Наиболее «популярными» из них стали «информационные», «технологические», «технические» риски (или их комбинации) и некоторые другие. Дело не в новых названиях как таковых, а в том, что предметная область банковских рисков как бы становится шире вместе с каждой новой банковской информационной технологией, а значит, размывается и становится безграничной и соответствующая методология (как область знаний); вместе с тем она постоянно устаревает, вследствие чего использовать ее на практике почти невозможно. На самом деле новые технологические и технические решения сами собой не приводят к возникновению новых видов банковских рисков, которые необходимо учитывать в процессе управления ими (кстати, традиционно считается, что в него входят также процедуры выявления, анализа, мониторинга и оценки уровней этих рисков) и в «изобретении» этих видов рисков необходимости нет.

Несоблюдение необходимых правил безопасности при использовании интернет-банка может быть чревато денежными потерями.

Закключение. Самым популярным видом дистанционного банковского обслуживания является интернет-банкинг. В настоящее время он является удобным способом осуществления операций в любой точке мира и в любое время. Он привлекает учащихся своей простотой использования и рядом других причин. Определенные сложности в развитии системы на данный момент не оказывают существенного влияния на стремительный рост популярности интернет-банкинга, который завоевал прочные позиции в списке банковских услуг ведущих банков мира. Несмотря на то, что помимо плюсов, у онлайн-банкинга есть и свои минусы, считается, что за ним – будущее банковской системы.

Библиографический список

1. Ковалев, П. П. Банковский риск-менеджмент / П.П. Ковалев. - М.: КУРС, Инфра-М, 2018. - 320 с.
2. Соколинская, Н.Э. Банковские риски: современный аспект. Сборник статей / Н.Э. Соколинская. - М.: Русайнс, 2016. - 370 с.

Приложение 1

Таблица – Операции, проводимые с помощью интернет-банкинга

Наименование операции	1 курс		2 курс		3 курс		итого	
	чел.	уд.вес	чел.	уд.вес	чел.	уд.вес	чел.	уд.вес
Выписки по счетам	5	8,93	14	11,29	62	25,20	81	19,01
Оплата товаров и услуг	11	19,64	32	25,81	65	26,42	108	25,35
Оплата услуг связи	25	44,64	60	48,39	79	32,11	164	38,50
Оплата интернета	15	26,79	18	14,52	40	16,26	73	17,14
Итого	56	100	124	100	246	100	426	100,00

Приложение 2

Таблица – Риски интернет-банкинга

Риск	Причина
Риск управляемости	недостаточная гибкость и обеспечение банковских информационных технологий
Риск эксклюзивности	Недостаточная защита против несанкционированного доступа к банковским АСУ и отдельным средствам в их составе
Риск целостности	неточностью, неполнотой банковской информации или несвоевременностью ее поступления
Риск контролируемости	недостаточные характеристики средств контроля
Риск пользователя	возможное неправильное использование информационных технологий
Риск непрерывности	возможная недостаточная доступность технологий

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ, НАЗЫВАЮЩИЕ УМСТВЕННЫЕ СПОСОБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА

Соболева Ярослава Денисовна

Научный руководитель – Наталия Леонидовна Чудаева, кпн, преподаватель
Колледж педагогического образования, информатики и права ИНПО
ХГУ им. Н.Ф. Катанова, г. Абакан

Фразеологизмы существуют на протяжении всей истории языка, в них заключён многовековой опыт народа, который передаётся из поколения в поколение.

Чтобы достичь полного взаимопонимания, яснее и образнее выражать свою мысль, человек в своей речи использует фразеологизмы. Фразеологизмы в русском языке в повседневной речи употребляются достаточно часто. Порой люди не замечают, что произносят эти устойчивые выражения – настолько они привычны и удобны. Употребление фразеологизмов придает речи живость и красочность.

К сожалению, речь современных подростков отличается бедностью словарного запаса, в ней зачастую вовсе отсутствуют фразеологизмы. Когда человек и фразеологизмы находятся во взаимосвязи, то они помогают четко выразить мысль, придают речи образность. А иногда затрудняют общение, потому что не всегда и не всем понятен их смысл.

В последнее время мы всё чаще слышим незнакомые выражения (слова и сочетания слов). К сожалению, это беда многих людей (особенно молодых) нашей страны. Эта проблема может привести к тому, что большое количество слов и словосочетаний, в частности фразеологических оборотов, утратят свой истинный смысл и станут не доступными для нашей речи.

Для своей работы мы выбрали анализ фразеологических единиц, потому что нас заинтересовал сам факт наличия в языке помимо слов целых словесных комплексов, которые иногда тождественны слову, а чаще являют собой уникальный лингвистический феномен, отличающийся яркой выразительностью, образностью и эмоциональностью. Кроме того, многие фразеологизмы выходят из употребления, что обедняет нашу речь.

Цель работы: определение функционирования фразеологических оборотов в речи студентов колледжа, называющих умственные способности человека.

Объект исследования: фразеологические обороты как устойчивые обороты в речи.

Предмет исследования: функционирование фразеологизмов, называющих умственные способности, в речи студентов колледжа.

Гипотеза: мы предполагаем, что студенты колледжа не знают многих фразеологизмов, называющих умственные способности человека, и не используют их в своей речи с целью её выразительности.

Для решения цели исследования и доказательства гипотезы мы поставили ряд задач, определили методы исследования: *теоретические:* анализ литературы; *эмпирические:* опрос студентов колледжа, сплошная выборка фразеологизмов из словаря, обобщение, классификация; *методы обработки результатов:* качественный и количественный анализ результатов исследования.

Приступая к исследованию в области фразеологии, мы рассмотрели несколько библиографических источников (словари, учебники, Интернет-порталы) и проанализировали понятие термина «фразеологизм». В целом, мы убедились в том, что

все ученые-лингвисты сходятся в определении фразеологизмов и выделяют главные особенности данного понятия: устойчивые сочетания слов, по смысловому объёму они равны слову, обладают набором характерных признаков [4]: 1) воспроизводятся по памяти как целостные и в основном постоянные по составу: *хоть пруд пруди, но небольшой пруд*; 2) обладают единым значением: *втирать очки* – «обманывать»; *мухи не обидит* – «тихий»; 3) в предложении являются одним членом (подлежащим, сказуемым, определением и т.д.), вследствие подобия по грамматической отнесённости какой-либо части речи: *не от мира сего (прил.)*; *прокрустово ложе (сущ.)*; *на всю катушку (нареч.)*; *батюшки святы! (межд.)*; 4) могут иметь одно или несколько значений: *волк в овечьей шкуре* – «лицемер»; *до седьмого пота* – «1) до крайнего изнеможения, усталости работать, трудиться и т.п.; 2) [с противопоставленным оттенком] до полного удовлетворения, вдоволь».

Фразеологизмы метки, яркие, образны, своим содержанием затрагивают все стороны и свойства жизни, характеров людей, поэтому они широко используются как изобразительное средство в произведениях художественной литературы

Исследование всего множества фразеологизмов русского языка предполагает их классифицирование по самым разнообразным признакам. Одним из признаков является функционирование фразеологизмов в речи. Ученые указывают следующие функции употребления фразеологизмов в речи:

✓ *воссоздание исторического колорита; речевая характеристика; придание высказываниям юмористического оттенка* [2, с. 236-24];

✓ *номинативная функция; коммуникативная; делают речь образно-выразительной; лаконизируют речь; придают ей эмоционально-экспрессивную окрашенность; обеспечивают речь ценными обобщающими умозаключениями (функция широких жизненных обобщений); обеспечивают терминологическую точность речи; облегчают смысловой подбор (сочетание) слов в речи* [1, с. 26-31]

✓ *называют какое-либо явление объективной действительности; указывают определённое отношение говорящего к этому явлению* [3, с. 238-239].

Для того чтобы выявить, употребляют ли студенты нашего колледжа фразеологизмы в своей речи, мы разработали анкету и провели по ней опрос.

Несмотря на то, что число опрошенных было не столь велико, чтобы делать основательные выводы (72 чел.), все-таки материалы исследований, сравнительный анализ позволили нам определить следующее:

➤ 62 студента утверждают, что фразеологизмы – устойчивые выражения; 5 человек, что фразеологизмы – крылатые выражения и ещё 5 человек не знают, что такое фразеологизмы;

➤ 57 студентов утверждают, что используют в своей речи фразеологизмы, остальные 15 – не используют.

➤ На вопрос «Для какой цели вы используете фразеологизмы в своей речи?» мы получили следующие ответы:

- 6 студентов используют для замены повторных выражений;

- 15 студентов для окраски своей речи;

- 16 студентов для разнообразия речи.

Появление фразеологизмов исконно русского характера тесно связано с жизнью народа, его историей, бытом, верованиями, общим развитием нации. С течением времени

одни фразеологизмы уходят из языка, то есть устаревают, другие приходят им на смену. Например, раньше часто употреблялся фразеологизм *забрить лоб*, что означало «взять в армию, в солдаты». В наше время молодых людей также призывают в армию, но «лоб не забривают», поэтому фразеологизм устарел.

Новые фразеологизмы отражают события нашей жизни. Каждое значительное событие жизни находит свое отражение в русской фразеологии: например, развитие космических полётов родило фразеологизм «*выйти на орбиту*» - «добиться успехов».

Нас заинтересовали *фразеологизмы, указывающие на умственные способности человека*.

Материалы «Словаря-справочника» по русской фразеологии Р. И. Яранцева [5] свидетельствуют о тринадцати тематических группах фразеологических оборотов, характеризующих свойства и качества человека: 1. Прямота. Искренность. Откровенность. 2. Самообладание. Бесстрашие. Смелость. 3. Честность. Верность. Преданность. 4. Ум. Разум. 5. Энергичность. Решительность. Уверенность. 6. Целеустремленность. Самостоятельность. 7. Упорство. Упрямство. 8. Забота. Ответственность. 9. Опыт-неопытность. 10. Обыкновенность. Заурядность. 11. Праздность. Лень. Бездействие. 12. Болтливость. 13. Бахвальство. Зазнайство. Хвастовство.

В работе рассмотрим одну группу со значением «*ум, разум*» человека.

В человеческих взаимоотношениях большое значение имеет восприятие и понимание людьми друг друга. Взаимные симпатии и антипатии, эмоциональная окраска межличностных контактов находят отражение в языке их носителей. Встречаясь в жизни с разными людьми, человек откладывает в своей памяти впечатление о них, которые в основном касаются внешних данных, поступков, способностей и черт характера.

Какие качества в первую очередь подмечает человек? Судя по нашим наблюдениям, негативные. Человек обращает внимание, прежде всего, на то, что ему важно в себе самом (умен или глуп, трудолюбив или ленив, смел или труслив, болтлив или сдержан, пристоеен в поведении или распутен и т. д.). То, что индивидууму не нравится, от чего избавляется в себе самом, он не воспринимает и в другом человеке и реализует это в эмоциональном самовыражении. Так формируется образ собеседника.

Оценочное отношение к себе и к другому человеку порождает появление самых разнообразных образных наименований, связанных с характеристикой человека. Искренний человек может открыто выразить негативные чувства близкому родственнику, соседу, односельчанину. Поэтому основная часть фразеологизмов со значением «ум, разум» человека в своей семантической структуре содержит негативные эмоции, отрицательную оценку умственных способностей человека.

Чувства, эмоциональные переживания, экспрессию в народной речи выражают по-разному: где-то иронично, шутливо, где-то неодобрительно, унижительно, или пренебрежительно, иногда грубо, предосудительно, презрительно и т. д. Устойчивые обороты, образно называющие умственные способности человека, чаще всего встречаются с семами «*дурак, недалекий, тупой, неразумный*» человек. Как правило, это субстантивные фразеологизмы образуют синонимический ряд с разной стилистической окраской, выполняют разные функции в составе предложения. Часто выступают они и как обращения. Среди них есть бранные выражения, унижающие человека. Например, *балда осиновая* (бран.) – глупый, тупой человек: «*И что же ты, балда осиновая, делаешь, ничего не понимаешь. Я тебе одно, ты - другое*». Близки к ним по семантике и стилистической

окраске фразеологизмы с уничижительным значением. Например, *башка с затылком* (уничижит.) – простофиля, недалекий человек, *бельмес бельмесом* (уничижит.) – бестолковый, глупый, дурак дураком.

Образные наименования, в которых выражается высокомерное, лишенное уважения к человеку значение, подаются с пометой «пренебреж.»: *яма в голове* (пренебреж.) – слабоумный, *мякинная голова* (пренебреж.) – глупый, дурной человек,

Однако есть и фразеологизмы, в которых присутствует мягкая ирония, неодобрение, а не унижение или презрение.

Чрезмерное проявление признака, действия или состояния во фразеологизме указываются пометой «экспрессивн.». В основе своей это глагольные фразеологизмы. Таких оборотов в рассматриваемой группе немного: (нет) *ни ума ни фантазии*, (экспрессивн.) – о неразумном, необузданном человеке, *напереть дурочки* (экспрессивн.) – казаться глупым, непонимающим, *выжить из рассудков (ума)* (экспрессивн.) – поглупеть и др.

А вот умному человеку, судя по материалам словарей, мало нашлось образных средств выражения: у него *ума-целая сума, да ещё с подсумком* (ирон.) поговорка – о человеке, который считает себя умнее всех, *взойти в разум* (экспрессивн.) – с годами поумнеть.

Вместе с тем в литературном языке, о чем свидетельствует «Словарь-справочник по русской фразеологии» Р. И. Яранцева [5], тематическая группа со значением «ум, разум» представлена двенадцатью фразеологизмами, которые выступают как антонимы диалектным образным наименованием. В литературно-разговорной речи они характеризуют человека с позитивной стороны как умного, сообразительного, толкового, талантливое. С точки зрения стилистической окраски все они относятся к сфере разговорной речи. Например, если человек умен, сообразителен, то у него *голова на плечах, ума палата, имеет голову на плечах, голова варит, с головой*. Если очень умный, выдающийся, то *семи пядей во лбу*, быстро легко понимает, усваивает – *схватывает на лету, ловит на лету*, превосходит кого-либо в отношении ума, способности – *на голову выше*, становится умным – *набирается ума, берется за ум, разумно, толково что-либо делает – с умом*.

Нетрудно заметить, что в данных устойчивых оборотах семантическим центром выступают слова *голова и ум*. И это понятно, потому что одно из значений слова *голова* – *ум, рассудок*, а *ум* – *способность человека мыслить, основа сознательной, разумной жизни*. Мы говорим: «Человек с головой» (умный).

Таким образом, на примере одной из групп фразеологизмов, указывающих на умственные способности человека, мы показали, какое значение функционирует в речи людей, употребляющих данные фразеологизмы.

Анализ словаря фразеологизмов под ред. А. Молоткова[3] помог нам выявить 68 фразеологизмов с данной тематикой, на основе данных мы составили словарик, который будет полезен широкому кругу читателей для обогащения словарного состава, а также для украшения своей речи. Кроме того, словариком могут воспользоваться учителя начальных классов и русского языка, студенты специальностей «Преподавание в начальных классах», «Филология» при изучении раздела «Лексика и фразеология».

Мы провели опрос студентов колледжа и попросили их назвать все фразеологизмы, известные им, указывающие на умственные способности человека. Студенты в общей

сложности назвали 13 фразеологизмов, называющих умственные способности человека, что составляет 19 % от фразеологизмов, которые мы методом сплошной выборки нашли в фразеологическом словаре русского языка под редакцией А. И. Молоткова. Это доказывает нашу гипотезу, словарный запас у молодых людей довольно скудный.

Библиографический список

1. Голуб, И.Б., Розенталь, Д.Э., Теленкова, М.А. Современный русский язык / И. Б. Голуб. – М., 1994.
2. Современный русский язык. Ч.1. Фонетика. Лексикология. Фразеология./ Под ред. П. П. Шубы – Мн., 1998.
3. Фразеологический словарь русского языка: Свыше 4000 словарных статей/ Под ред. А.И. Молоткова – СПб., 1994.
4. Шанский, Н. М. Фразеология современного русского языка. / Н. М. Шанский. - М., 1969.
5. Яранцев, Р. И. Словарь-справочник по русской фразеологии. – М.: Русский язык, 1981.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, КАК САМОСТОЯТЕЛЬНЫЙ ВИД БИЗНЕСА

Кондратенко Иван Евгеньевич

*Научный руководитель - Морозова Лариса Федоровна, преподаватель
ГБПОУ «Копейский политехнический колледж
им. С.В. Хохрякова», г. Копейск*

Актуальность. Бизнес с человеческим лицом или социальное предпринимательство и предпринимательство. Какая связь между этими понятиями? Попытаемся разобраться. Начнем с термина предприниматель - «Человек-творец, чья деятельность направлена на создание новых товаров или услуг, применение новых методов управления. Это создатель новых потребностей у покупателей, удовлетворение которых приносит новое удовольствие, избавление от существующих мучений и главное прибыль» [1]. Чем же отличается социальное предпринимательство? Предприниматели социальной сферы действуют в социальном некоммерческом секторе, ставят себе цель "создать нечто из ничего" и занимаются поиском инновационных решений социальных проблем. Часто можно услышать, что между социальным предпринимательством и предпринимательством нет существенной разницы. Другие говорят, что решение социальной проблемы — это другой тип нового продукта, который обычная компания может создавать и продавать.

Цель исследования – подтвердить, что социальное предпринимательство является самостоятельным видом бизнеса.

Задачи:

1. Определить основные характеристики социального предпринимательства.
2. Проанализировать примеры деятельности социальных предпринимателей.
3. Предложить способы формирования у молодежи желания организации бизнеса с человеческим лицом.

Гипотеза – социальное предпринимательство является необходимым направлением предпринимательской деятельности в настоящее время.

Объект исследования – социальное предпринимательство.

Предмет исследования – особенности социального предпринимательства.

Методы исследования: эмпирический - сравнение, классификация и систематизация; теоретический - анализ и синтез изученного материала

Социальное предпринимательство набирает все большую популярность во всем мире. Несмотря на свой молодой возраст (не более 3-десятилетия), социальное предпринимательство охватило весь земной шар. Социальное предпринимательство как форма экономической деятельности не имеет достаточно разработанной методологии, прежде всего, по причине недостаточной изученности этого феномена. Еще нет единого подхода к пониманию и отражению сущности этого процесса. Этот факт послужил выбором темы исследования. Анализ теоретических разработок, научной литературы, периодических изданий и других источников свидетельствует о достаточно глубокой и многообразной проработке вопросов деятельности малого предпринимательства. Вопросы социального предпринимательства еще полностью не раскрыты.

Суть социального предпринимательства, и вместе с тем — основное его отличие от классического бизнеса, заключается в его направленности. Если обычный бизнес нацелен на получение прибыли с последующим ее распределением между акционерами, менеджментом и сотрудниками предприятия, то первостепенной задачей социального предпринимательства является выполнение определенной миссии, которая, так или иначе, полезна обществу. При этом социальная миссия реализуется через процессы, инструменты и методы обычного бизнеса, которые ставят социальное благо выше личного, используя «прибыль» компании для выполнения своей миссии.

Бизнес социального предпринимательства стоит на своих «китах» и имеет следующие характеристики:

- социальный результат - не абстрактный, а измеримый и позитивный;
- инновационные методы - необходимы новые подходы, чтобы вовлечь впроектзаинтересованных людей, готовых инвестировать в предприятие;
- стабильность в финансах и окупаемость проекта - вливания со стороны не могут быть бесконечными. Социальное предприятие должно выйти на самоокупаемость;
- возможность расширения - масштабированность как структурно, так и путем распространения опыта. Несколько общественно значимых предприятий всегда лучше, чем одно.

Таким образом, инновационный, самоокупаемый, масштабируемый и с социальной миссией бизнес, мы отнесем к социальному предпринимательству.

Рассмотрим несколько примеров социального бизнеса.

«ДТП – нет» [2]. Многие из нас видели такие наклейки на автомобилях или автобусах. Что они значат? Это проект, в котором участвуют, как государственные компании, которые перевозят пассажиров. Так и такие компании, как «Х5 Ретейл групп», «Нестле», «Евросеть», «Холодильник.ру», «БелкамНефть». Суть проекта в том, что на транспорт вешают наклейку. Если водитель нарушает правила, участник движения звонит и сообщает об этом. Все жалобы на водителя попадают его начальнику. И тот решает, как воздействовать на сотрудника: сделать выговор или взыскать штраф. Задача проекта не наказать, а предотвратить аварию и уменьшить число травм и смертей, повысить культуру вождения. По результатам тестирования данного сервиса в течение трех месяцев аварийность упала на 25%, хотя ожидали порядка 15%.

Ресторан «в темноте» [2]. В 2006 году в Москве открыли ресторан, в котором работают слабовидящие люди. В залах темно, посетители едят «на ощупь». Владелец ресторана – врач-офтальмолог – соблюдает основные принципы социального бизнеса. Он решил социальную проблему, дав хорошо оплачиваемую работу инвалидам по зрению. Средний счет в ресторане – 2500 руб.

Компания «Картон» [2]. Компанию основали в 2009 году двое предпринимателей Воронежской области. Захотев сделать город чище, начали собирать и перерабатывать мусор. В 2013 году компания выиграла конкурс социальных предпринимателей фонда «Наше будущее» и получила беспроцентный заем в размере 4,25 млн. руб. сроком на три года. Закупила контейнеры для раздельного сбора мусора. Позже собственники открыли в Воронежской области производство по изготовлению мусорных контейнеров. Сегодня бизнесмены работают с сетевыми ритейлерами, в частности, получают от них картон, который перерабатывают, прессуют. сырьем, например, для изготовления туалетной бумаги Zewa.

MediaWiki синтезирует речь [3]. Сайт Википедия известен почти всем пользователям Интернета. Создатели этого сайта продолжают заниматься разработкой новейшего программного обеспечения под названием MediaViki. Программа уникальна в своем роде, потому что с ее помощью даже те, у кого проблемы со зрением, даже те, кто полностью слеп, могут теперь получить знания. Это станет возможным благодаря тому, что программное обеспечение будет синтезировать речь, и пользователи смогут слышать статьи на сайте на слух. Не только профессионалы, но и любители сегодня озвучивают тексты. Курирует проект в финансовом плане Швеция, поэтому тексты сейчас читаются только на английском и шведском языках. Источник может появиться и в России, и тексты получат русское звучание. Для людей с плохим зрением и полным его отсутствием этот ресурс будет очень полезен. Услуга также будет востребована среди пользователей, которые не любят получать информацию в печатном виде.

Бесплатное электротакси [4]. Все мы пользуемся услугами такси, причем часто за высокую плату. Оказывается, ездить на такси можно и бесплатно. Компания Mellowcabs запустила такой сервис, и он пользуется популярностью. Каждый желающий может проехаться в электроцикле с хорошей обзорностью, не заплатив при этом ни копейки. За чей счет? Ответ достаточно прост – благодаря рекламе. Именно реклама позволяет существовать подобному сервису. Каждый желающий имеет возможность разместить свою рекламу в кабине автомобиля. В таком транспорте одновременно могут ехать два пассажира. За день он способен проехать до 120 километров. Особенность такого такси, кроме бесплатных поездок, в том, что во время езды можно подзарядить мобильный телефон за счет энергии, которая высвобождается, когда автомобиль тормозит. Бесплатно проехаться, да еще и зарядить гаджет – очень удобно. Mellowcabs не только зарабатывает на такой услуге, но еще и продвигает на рынке такой необычный и новый вид транспорта, и делает себе имя благодаря экологически чистому транспорту.

Проект «Садики» [2]. В Санкт-Петербурге работает сеть частных детсадов для особенных детей. Задача воспитателей – развивать у детей самостоятельные навыки. Для каждого ребенка составляют индивидуальный план. Затраты на самостоятельное развитие и реабилитацию ребенка в два раза выше, чем стоимость максимального пакета в детсаду. Владелица сети запустила проект, лично столкнувшись с такой ситуацией: третий ребенок в семье родился с синдромом Дауна.

Оценка рассмотренных примеров была организована и проведена среди обучающихся третьего и четвертого курса колледжа на дисциплине «Основы предпринимательства и открытие собственного дела». Всего в опросе приняли участие 87 человек. Для этого респонденты ответили на вопросы и оценили в баллах от 1-5:

1. Какую социальную ценность Вы видите в данных примерах бизнеса?

2. Инновационность проекта, какой носит характер (репродукция локальная, действительно инновационный проект)?

3. Возможно, ли получать прибыль за счет реализации проекта?

4. Есть ли и в каком виде возможна тиражируемость идеи?

Результат представлен в приложении (таблица).

Рассмотренные примеры набрали свои баллы по анализируемым характеристикам социального предпринимательства, и в каждом примере бизнеса именно социальный аспект был доминирующим.

Каким образом можно знакомить и продвигать идею социального предпринимательства у обучающихся:

- при изучении дисциплины «Основы предпринимательства и открытие собственного дела», обязательно рассматривать тему «Социальное предпринимательство» и разрабатывать несколько бизнес – планов в группе по этому направлению;

- знакомиться с практиками социального предпринимательства в нашем регионе, городе во время проведения в колледже предметных недель;

- организовывать встречи с реальными предпринимателями, работающими в социальной сфере;

- усилить раздел «Устойчивое развитие» задания Чемпионата Ворлдскиллс по компетенции Предпринимательство социальной составляющей.

Вывод

На основании изучения сути и примеров социального предпринимательства, можно констатировать, что данное направление бизнеса является самостоятельным, достаточно новым и развивающимся. Его нельзя трактовать, как благотворительность, волонтерство или традиционный бизнес, которые имеют свои особенности.

Заключение

Мы рассмотрели несколько примеров, предпринимательства в социальной сфере. Каждый из примеров этого рода предпринимательства несет в себе позитивное изменение на общество, используя стратегии и тактику, принятые в бизнесе. Успешный предприниматель должен действовать в рамках культурной, политической, юридической, финансовой и других инфраструктур – то есть в рамках определенного контекста, которые дают ему возможность придавать новую ценность в жизни других людей.

Библиографический список

Режим доступа

1. <https://vocable.ru>

2. <https://lab-automat.ru/razvitie/4-primera-sotsialnogo-biznesa-kotoryj-rabotaet-v-rossii.html>

3. <https://frmall.ru/biznes-idei/post-mediawiki-sinteziruet-rech/>

4. <https://frmall.ru/biznes-idei/post-besplatnoe-elektrotaksi/>

Приложение 1

Матрица оценки примеров социального предпринимательства

Характеристик	Социальны	Инновационност	Самоокупаемост	Масштабируемост
---------------	-----------	----------------	----------------	-----------------

а	Пример бизнеса	й аспект	ь	ь	ь
	ДТП - нет	5	4	5	4
	Ресторан «в темноте»	5	3	5	5
	MediaWiki	5	4	3	5
	Бесплатное электротакси	5	4	5	5
	«Картон»	5	4	5	5
	«Садики»	5	4	5	5

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ДИЗАЙНЕ БЛЮД

Албычаков Астай Александрович
Научный руководитель – Сагатаева Полина Кирилловна,
мастер производственного обучения ГБПОУ РХ
«Профессиональное училище №18», с. Аскиз

Дизайн блюд – не просто искусство. Это стиль жизни, заставляющей всё время двигаться вперед, ни на минуту не прекращая поиска. Оно подвержено влиянию моды, и то, что сегодня выглядит актуально, завтра может показаться смешным и неуклюжим. В настоящий момент всё большую важность приобретает понимание требований специальных диет, обусловленных религиозными или культурными канонами, медицинскими рекомендациями, дизайн блюд является обширным понятием, включающий в себя не только оформление, но и название, и подачу.

Цель – исследование и проведение анализа современных тенденций техники и приемов дизайна авторских блюд, представляющих интерес во время обучения по профессии, конкурсах и чемпионатах профессионального мастерства по компетенции «Поварское дело».

Задачи: - подобрать и проанализировать информацию по данной теме из различных источников;

- изучить особенности современного дизайна и подачи блюд от разных шеф-поваров для применения в дальнейшей практической деятельности.

Актуальность темы очевидна, - современная кулинария не знает границ, особенно ее ресторанный, праздничный аспект – декорирование сложных блюд с использованием элементов дизайна. Известно, что новое – это хорошо забытое старое. В 50-60-е годы XX века кулинары и кондитеры умели делать чудеса из овощей, фруктов, теста, которыми украшали самые простые блюда, стараясь скрыть за красивой «внешностью» небогатое содержание. Потом это искусство было забыто, и вот сейчас снова появился интерес к художественной стороне кулинарии, которая призвана привлечь внимание, вызвать аппетит, удивить посетителя, проявить креативные способности повара. Практическая значимость работы заключается в том, что материалы можно применить на занятиях учебной практики и подготовке к конкурсу профессионального мастерства.

1. Варианты подачи блюд

В ходе проведения исследования я анализировал прогнозы мировых шеф – поваров и спрос потребителей на кулинарную продукцию в местах общественного питания.

Главным информационным источником был материал по данной теме, размещенный в сети Интернет. Каждый год шеф-повара во всем мире задают новые тенденции в кулинарии, которые потом с успехом продвигают в ресторанах и других организация общественного питания.

В настоящее время распространенный способ подачи блюд в дегустационной манере – на одной тарелке представлены фрагменты нескольких блюд или один продукт, приготовленный различными способами. При этом применяется специальная посуда в виде менажниц или на тарелке располагается несколько маленьких емкостей в виде рюмок, чашек, розеток, а порой в качестве тарелок выступают бокалы, объёмные стеклянные кубы. Такой вариант пользуется заслуженным спросом, так как позволяет попробовать всего понемножку. Основной тренд – это подача на нестандартной или сделанной на заказ авторской посуде, созданной под конкретные блюда. При этом очень важно соблюдение цветовой гаммы. Впечатлить гостя можно изменением текстуры блюд. Подача ингредиентов, из которых гость сам собирает блюдо, выбирая то, что ему нравится. Популярны дегустационные меню с винным сопровождением (гастрономический сет, где каждое блюдо сопровождается бокалом специально подобранного вина). Актуальны блюда-картины, блюда-обманки, а также всевозможные спецэффекты. К примеру, подкопченные, намеренно обугленные блюда, посыпанные «пеплом».

Полагаю, что рассказ поможет лучше разглядеть технику украшения и подачу блюд, так как красиво оформленное блюдо возбуждает аппетит, сосредоточивает внимание человека на предстоящей еде и улучшает усвоение пищи. Еда является основным источником необходимых организму веществ. Чтобы блюдо выглядело аппетитно, стоит немного пофантазировать для создания шедевра.

Оформление блюда не обязательно должно заканчиваться на кухне, его можно провести и в зале, при подаче. Можно вынести на подносе готовый кусок мяса – нарезка мяса называется транширование, разрезать его перед гостями, чтобы присутствующие смогли оценить степень прожарки, после чего разложить по тарелкам, добавить соус и дополнительные ингредиенты, лежащие по отдельности, каждый сможет съесть их в тех сочетаниях, которые предпочитает.

В качестве экстравагантных элементов дизайна подойдут различные спецэффекты – огонь (подожженный коньяк), дым (из сухого льда). В ресторанах молекулярной кухни одним из первых свойства сухого льда начал применять британский шеф-повар ресторана «The Fat Duck» Хестон Блюменталь. При подаче некоторых блюд он поливает лед специальной ароматической жидкостью, после чего запахи рассеиваются по столу гостей, окружая их и меняя вкусовые ощущения от еды.

Фламбирование (фр. flamber — пылать, пламенеть) в кулинарии — приём кулинарной обработки, при котором блюдо поливают коньяком, водкой или другим крепким алкогольным напитком и поджигают, отчего у блюда появляются своеобразные вкус и аромат. В ресторане фламбирование может выполняться перед подачей на глазах у клиента. В этом случае подача блюда приобретает элемент шоу, иногда при этом гасят или приглушают свет.

Фламбирование всегда было высшим кулинарным шиком, к которому могли прибегать лишь высококвалифицированные специалисты, поскольку этот прием весьма рискован и требует особенного навыка, а также высокого качества сырья (коньяков лучших марок с содержанием спирта выше 40° или рома).

Дизайн блюд определяется, прежде всего, концепцией повара. В одно заведение люди приходят просто утолить голод и не хотят видеть на тарелке лишних элементов, а в другом, дизайн обязательно должен быть.

Кроме вкусовых и цветовых сочетаний очень важны комбинации на тарелке различных текстур, например, мягкое и нежное основное блюдо падают с хрустящим гарниром и наоборот, т.е. к хорошо прожаренному мясу подойдёт картофельное пюре, оформленное в современном стиле. В последнее время для оформления горячего блюда используют традиционно «десертные» элементы, - ягоды, фрукты.

Дизайн блюд - не простая необходимость, вызванная желанием привлечь клиентов, это ещё и самовыражение, игра фантазии.

Умение сделать блюдо красивым – одна из составных частей кулинарии. При оформлении блюд на протяжении долгого времени бессмертными фаворитами остаются гарниры ярких расцветок, фигурно нарезанные овощи и абстрактные рисунки на тарелках, выполненные соусами. Во главу угла ставится гармония вкуса – все части блюда должны составлять единую композицию. Последние тенденции в оформлении блюд это минимализм, расставление акцентов. Декорирование блюда должно соответствовать его содержанию и сочетаться по вкусовым качествам, дополнять блюдо приносить свою изюминку. Очень большую роль играет посуда, на которой подается блюдо. Очень часто для представления блюд используются дополнительно различные подставки, украшение живыми цветами, т.е. создается не только блюдо, но и его "интерьер". С особой тщательностью следует подходить к оформлению блюд для детей, так как сложно иногда бывает уговорить ребенка что-нибудь съесть, но есть детали блюда с весёлым и занимательным дизайном, маленький гость наверняка продемонстрирует отличный аппетит.

2. Основные тенденции оформления и раскрытия текстуры блюда

Красота блюда должна быть не искусственной, а естественной, аппетитной. Гарнир, а тем более декор, не должны «забивать» основной продукт. Цветовая гамма тоже должна быть аппетитной, свойственной продукту. Размещение продукта на плоскости блюда должно быть очень продуманным: избегайте симметрии. Не модно рисунки соусом ради красоты. Соусу вернули его главную роль. Соуса должно быть столько, сколько требуется для акцентирования вкуса основных продуктов, то есть соус – для еды. Зелень для декора используют еще меньше чем раньше, - только в самом необходимом случае, иногда – для цветового акцента. Разным ингредиентам блюда мастер придаёт различные геометрические формы – до 4 – 5 на одном блюде. Каждое блюдо – не плоскостное, а объёмное, имеет свою архитектуру. Немного сдали свои позиции рулеты – пик моды на них прошел.

Для создания впечатляющего эффекта от блюд необходимо использовать контрастные или нюансные цветовые сочетания. Для подкрашивания некоторых овощей, соусов возможно использовать различные специи (паприку, шафран, карри), а также фруктовые и овощные соки, пасты, пюре, листовую зелень. При этом следует придерживаться основных законов цветоведения: в цветовом круге есть порядок -

красный, оранжевый, желтый, зеленый, голубой, синий, фиолетовый цвета. Чем ближе друг к другу расположены цвета, тем гармоничнее будет их сочетание – т.н. нюансная гармония. При этом, креативный профессионал вправе использовать и контрастную цветовую гармонию.

3. Флористика в технологии приготовления и дизайне выставочных блюд

Традиция использования цветов в кулинарии восходит к древности. Интересно, что несколько тысячелетий назад привычные декоративные растения – тюльпаны, лилии и хризантемы – выращивали не столько для украшения садов, сколько для получения съедобных и богатых витаминами луковиц, бутонов и листьев. В то же время аромат, богатство красок и изящная форма цветов помогали. Использование съедобных цветов — актуальное направление в ресторанной кулинарии, причём, цветы могут использоваться как для эстетического удовлетворения – например, в натуральном или глазированном виде, так и для придания текстуры, вкуса и цвета блюдам. По мнению кондитеров и гурманов, цветы открывают новые возможности перед современными мастерами, которые ищут оригинальные и необычные вкусы, запахи, природой созданную эстетику. А это значит, что цветочная кулинария помогает жить вкусно и красиво, открывая изысканные грани привычных гастрономических сочетаний

4. Дизайн десертов

При создании десертов допустимы новые цвета, необычные формы, новые виды сырья, технологии. Кроме проверенных временем кулинарных приёмов всегда есть место оригинальным решением. Так обжаривание на растительном масле, традиционное при приготовлении горячих блюд, с успехом может быть использовано для глазирования фруктов и орехов. Тонко нарезанные пластинки фруктов вымочить в сиропе, подсушить в духовом шкафу и слегка обжарить в масле наподобие *cote*, такой декор не только придаёт блюду воздушность, но и органично вписывается в общую вкусовую гамму. Применяется элементы декора, сделанные на основе сахара это различные карамельные спирали. Внести разнообразие в дизайн десертов можно также с помощью украшений из цедры. Для этого снятую с лимона или апельсина корочку прокипятить сначала в подсоленной воде (чтобы убрать горечь), затем нарезать на спиральки нужной длины и прокипятить в сиропе и уже застывшую цедру использовать для декора. Используется шоколадная глазурь – белая и черная. Из глазури отливают формы цветов, животных, листьев используют для глазирования ягод и орех. При производстве десертов, тортов, пирожных используют взбитые сливки, мастику сахарную, сахарную пасту, марципан (эластичная ореховая масса с ярко выраженным запахом миндаля). Широкое применение получили печати на глазури, переводные картинки, картинки на пищевой основе, которые можно применять при оформлении тортов, суфле, крема, пищевые картинки могут быть стандартными и картинки на заказ, из каталога производителя.

Для усиления яркости цвета применяются различные гели. Новые технологии в кулинарии становятся доступными благодаря оборудованию, позволяющему изменить методы обработки продуктов и таким образом добиться принципиально нового эффекта. Такие технические новинки быстро приобретают популярность и позволяют заметно разнообразить кухню без особенных усилий. В последнее время появилось огромное количество самого разнообразного кухонного оборудования для приготовления блюд и вместе с этим больше возможностей у повара создать что-то виртуозное. Разумеется, мир

не стоит на месте, все изменяется, изменяются ресторанный бизнес, где все время возникают новые тенденции.

В настоящей работе рассмотрены материалы, рекомендуемые техники и приемы дизайна блюд. Исходя из этого можно сделать следующие выводы: - наряду с традиционными технологиями появились современные направления в оформлении блюд, которые активно применяются в европейской и азиатской кухне. Каждый ресторан имеет свои способы и рецепты приготовления блюд, у каждого шефа собственные секреты оформления. В России с каждым годом открываются все большее число ресторанов, специализирующихся на приготовлении блюд какой-то определенной кухни: японской, китайской, итальянской и т.д., что дает возможность удовлетворить самые экзотические вкусы посетителей. Между тем наука не стоит на месте. Выражение «инкапсулирование вкуса» звучит как научная фантастика, но, в сущности, это важная часть технологии приготовления блюда. Что же кроется за этим словосочетанием? Хестон Блюменталь придумал «теорию кофейного зерна», которая, даёт очень точное представление об этом процессе. Итак, если приготовить чашку кофе из одного единственного размолотого кофейного зерна, разумеется, получится страшная гадость. А если просто разжевать кофейное зерно и запить его горячей водой, то вкус и аромат кофе будут очень сильными, и эти ощущения сохранятся во рту длительное время. Этот простой опыт показывает, что одно кофейное зернышко инкапсулирует (концентрирует, заключает в оболочку) вкус и аромат всего кофе, а вода диспергирует (растворяет, рассеивает) этот вкус. Специалисты считают, что инкапсулирование вкуса – единственное оружие в борьбе со вкусовой усталостью, пища стала стерильной, однообразной, невкусной. Между тем, далеко не всегда виновата пища как таковая, а наши привычки. Наш мозг перестает реагировать на привычный вкус. Он реагирует, в основном, на изменение вкуса, а не на сам вкус как таковой.

Библиографический список

1. Богушева В.И. Технология приготовления пищи: учебно-методическое пособие – Ростов н/Д: Феникс, 2007. – 374 с.
2. Культура питания. Энциклопедический справочник / под. ред. И.А. Чеховского. – Минск, 1993. – 544 с.
3. Vuzlit.ru - Современные тенденции оформления и подачи блюд. URL: <https://vuzlit.ru>. FB.ru: Оформление и правила подачи блюд URL:<https://fb.ru/article/454093/>
4. URL:Как в ресторане: 10 секретов эффективной подачи блюд от шеф поваров <https://www.inmyroom.ru/posts>
5. URL: jagannath.ru Блюменталь Хестон Наука кулинарии или молекулярная гастрономия

МОЛОДЕЖНЫЙ СЛЕНГ: ЧТО ЭТО ТАКОЕ И С ЧЕМ ЕГО «ЕДЯТ»

*Плотникова Анна Алексеевна
Научный руководитель - Стукан Ирина Евгеньевна, преподаватель
русского языка и литературы
ГАПОУ «Саяногорский политехнический техникум», г. Саяногорск*

Русский язык постоянно растет и развивается, в нем и сейчас много жаргонов, диалектов, неологизмов и историзмов. Так что это был лишь вопрос времени, когда у молодежи появится свой сленг.

Что бы разобраться, что же это такое достаточно просто пройтись по понятиям. Сленг – это набор слов или новых значений существующих слов, употребляемых в разных группах. Молодежь – это особая социально-возрастная группа, отличающаяся возвратными рамками и статусом в обществе. Резюмируя выше сказанное, можно сделать вывод, что молодежный сленг – это социальный диалект людей в возрасте 12-23 лет.

Но зачем же он им? Во-первых, отличать «своих» от «чужих». Старшее поколение может попытаться говорить с подростками на их «языке», но за частую это выглядит нелепо и совершенно неуместно. Во-вторых, чтобы упростить речь. Намного проще и быстрее сказать «паль», чем «некачественная подделка». В-третьих, обозначать понятия, для которых нет адекватных слов в литературном языке.

Жаргон подростков быстро меняется. С появлением новых игр, социальных сетей и трендов возникают новые слова. Молодежный сленг во многом зависит от моды, он меняет слова, убирает одни, добавляет другие почти полностью меняя речь, к которой привыкло большинство людей. Подростки сами не успевают следить за этими изменениями.

Развитие молодежного сленга началось с появлением компьютеров и интернета. Видеоигры, социальные сети дали мощный толчок к расширению «языка подростков». Из-за массового распространения в сети часть представителей старшего поколения (в основном в возрасте от 24 до 45 лет) начало употреблять новые слова понимая их значение и употребляя корректно. Никого не удивит бумер (представитель старшего поколения), который хайпится (наводит шумиху вокруг себя) нахейте (негативная, чаще всего неконструктивная критика) блогера.

Молодежный сленг можно разделить на несколько категорий. Первая – видеоигры. Им владеют все геймеры от мала до велика. У игр как будто свой язык, который становится понятен только если игрок проходит весь путь от нуба (неопытный человек) до тащера (хороший игрок в видеоигры). Можно услышать от семилетнего ребенка, играющего в телефон «да он читер! (геймер, использующий коды в играх, мошенник)». Люди смотрят стримы (прямые трансляции, чаще всего игр), играют и агрятся (агрессируют, злятся) когда рипаются (умирают) в игре.

Вторая – социальные сети. «TikTok», «Instagram», «YouTube», «ВКонтакте» подарили много слов русскому языку. О части их было рассказано выше, но то лишь верхушка айсберга. В интернете можно банить (блокировать), ставить лойсы (лайки), требовать пруфы (доказательства) на хейт. В интернете возможно если не все, то очень многое. Многими словами пользуются большинство людей, например, сейчас трудно встретить человека не знающего, что такое лайк.

Третье – это встречи подростков офлайн (в живую, вне интернета). В основном их применяют на различных впиках (тусовок на квартирах). У каждой такой встречи есть свой вайб (ощущение от человека, места, мероприятия). На них подростки рофлят (безудержно смеяться), флексят (шумно развлекаются) и ловят кринж (стыд за чужие действия). Зачастую эти слова или заимствованы из других языков, например, вайб от

английского «vibe», или сокращения обычных слов, например, варик сокращенно от вариант.

Четвертое – описание чувств и внешности. Эта категория слов меняется от поколения к поколению, так что неудивительно, что у современной молодежи появились свои. Агрится, баттхерд (раздражение, обида), всратый (страшный), сасный (симпатичный) – все эти слова активно используются подростками, но совершенно не понятны их родителям.

Пятое – любовь. В этой категории лишь одно слово: краш/крашиха (человек, который нравится, чаще всего любовь безответна). Каждый подросток знает это слово, каждый его понимает и каждый хотя бы раз использовал в своей речи.

Шестое – возврат. Бумеры и зумеры, взрослые и поколение Z, родители и дети. Эти слова встречаются в сети, речи, современной литературе.

Исходя из выше сказанного можно сделать вывод, что молодежный сленг – это язык подростков, который постоянно меняется и развивается. В нем есть слова, которые могут описать все важное и нужно в жизни большинства людей с 12 до 23 лет. Молодежный сленг использует и геймер сидя в темной комнате перед монитором игрового компьютера, и компания юных блогеров возвращаясь с очередной вписки.

Многие думают, что сленг портит русский язык, разрушает его. Но с давних времен мы принимали в свою речь слова из французского, немецкого, английского и т.д. Такие слова как «компьютер», «бакалавр», «боевик» и «имидж» настолько укоренились в русской речи, что ни у кого уже не возникает мысли, что они не «наши». Возможно, когда-нибудь молодежный сленг войдет в русскую речь прочно и основательно. Но это не факт, ведь на смену нашему поколению, придет другое.

Закончится век 3D моделирования, на его место придут голограммы, персональных компьютеров станет меньше – их уже сейчас могут заменить большинство смартфонов и такие слова как наш молодежный сленг будут считаться историзмами. Но он все рано будет существовать, вот только уже мы будем бумерами.

ОСОБЕННОСТИ АМЕРИКАНСКОГО МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА

Хохлова Анастасия Константиновна,

Шахбазян Карина Вагановна

*Научный руководитель – Анохина Светлана Олеговна, преподаватель
ГБПОУ «Тверской колледж им. А. Н. Коняева» г. Тверь*

К началу XXI века английский язык уверенно приобрел статус «мирового» языка, языка межкультурного общения. Английский язык – язык дипломатии, СМИ, Интернета медицины, авиации, известный прежде всего своей британской и американской разновидностями. За последние десятилетия британский язык подвергся значительным изменениям, из-за влияния американского варианта в связи огромным мировым влиянием США во всех сферах жизни. Особенно американизации английского подвержена речь молодых британцев, испытывающих воздействие американского кино, музыки, технологий. В связи с этим особое значение приобретает вопрос использования сленга в речи носителей американского английского языка. Целью нашего исследования являются анализ и интерпретация молодежного сленга, наиболее часто используемого в речи

носителей американского английского языка. Для достижения поставленной цели использовались следующие методы исследования: описательный, метод анализа и синтеза. Объектом исследования выступает молодежный сленг, наиболее часто используемый в речи носителей американского английского языка. Предмет исследования: интерпретация молодежного сленга, наиболее часто используемого в речи носителей американского английского языка. Задачами исследования являются: знакомство с историей возникновения американского молодежного сленга и американского молодежного сленга.

Что же такое сленг? Сленг – это своего рода словесный маркер, который отпечатывается на речи всех поколений и характеризует особенности его мировоззрения [1].

Сленг включает слова и фразы, которые возникли и первоначально использовались в различных социальных группах, отражая ориентацию этих групп в целом. В молодежных же кругах, где «сленготворчество» особенно распространено, кроме всего прочего явно выражено стремление обособиться от мира взрослых, «зашифровать» свой язык, а также желание просто взбаламутить зеркальную гладь респектабельного английского языка – Queen's English. Особенно пышно расцветает «сленготворчество» в периоды крупных социальных изменений, войн, экономических и культурных сдвигов, когда ощущается настоятельная необходимость именовать то новое, с чем приходится сталкиваться каждый день.

На наш взгляд, изучение сленга помогает лучше понять особенности менталитета американской молодежи. Знание сленга приобщает изучающих английский язык к естественной языковой среде, способствует развитию их коммуникативной компетенции.

Ниже приведены некоторые слова и фразы, пользующиеся большой популярностью среди современной американской молодежи.

Слово *aint* часто можно услышать в песнях. На самом деле, *aint* – это всего лишь замена глагола *to be* с отрицанием. Причем это самый упрощенный способ, так как он заменяет все подобные выражения с этим глаголом: *I'm not = I aint, he's not = he aint, we're not = we aint* и так далее.

Словом *crib* молодежь обычно называет свой дом. Вообще первоначальное значение *crib* – детская кровать, колыбель. Потом значение перешло и на жилище взрослого человека.

Cruisin – «все спокойно, на расслабоне», «все отлично». Так можно сказать, если у вас спокойный, легкий день. Это выражение можно часто услышать от людей, прогуливающих по улицам, проезжающих мимо на машинах и так далее. Строчку «*I'm just cruisin the streets of L.A.*» можно перевести, как «Я просто катаюсь на машине по улицам, никуда конкретно не еду» – *Just cruising*. «*What's up*» сократили до «*wat up*». *Homie* – друг, брат, братюня. *Itissosick*: буквальный перевод «это так больно» или «так болезненно», на сленге обозначает «жесть». *Kickin'* – прекрасно, потрясающе, великолепно. *Cheese/cheddar* – деньги. Бумажные деньги называют «*dead president*». *Whip* – крутая машина. *Crackin'/What's crackin'* – Что происходит? Что здесь творится?

Также молодежный сленг весьма распространен в интернете. Интернет создал целую субкультуру пользователей, которые разработали обширную библиотеку сленга. Многие термины интернет-сленга возникли с целью непрерывного нажатия клавиш, и часто находятся в нижнем регистре. Например, «*you*» меняется на «*u*» и «*are*» становится

«r». Веб-форумы и онлайн-игры часто становятся площадками распространения интернет-сленга[2].

В интернет-сообществах существует множество субкультур с собственным специфическим набором сленга. Один из самых популярных видов интернет-сленга является использование акронимов. Например, известные аббревиатуры –«LOL», что означает «*laughing out loud*», «ИМНО» = «*in my humble opinion*» и «TTYL» означает «*talk to you later*». Большое количество аббревиатур стало очень популярным явлением в отправке мгновенных и текстовых сообщений на мобильных телефонах, так как они быстрее и их легче набирать, чем слова в их полной версии. Цифры иногда используются в интернете и текстовых сообщений в качестве сленга. В выражении «L8r» используется фонетический звук «*eight*», чтобы создать слово «*later*». Аналогичным образом, «h8», что означает «*hate*».

Таким образом, мы видим, что словарный состав молодёжного сленга постоянно обновляется, – соответственно, у лингвистов появляется новый материал для исследований.

Исходя из проведённого нами исследования можно сделать вывод, что словарный состав молодёжного сленга отражает менталитет молодёжи, её ценностные ориентации и предпочтения. Он выполняет мировоззренческую функцию, показывает взаимоотношения молодых людей между собой, их отношение к различным сферам общественной жизни. Помогает лучше понять особенности менталитета американской молодёжи. Знание же сленга помогает изучающим английский язык лучше понять носителей языка.

Библиографический список

1. Каркаева, М.А. Эволюция в деривации молодёжного сленга [Текст] / М.А.Каркаева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2018.– №3 (81). – Ч.1. – С.105-107.
2. Малеева, Д.А. Роль молодёжного и компьютерного сленга в системе языка [Текст] / Д.А. Малеева // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2011. – №9. – С.19-21.

ИССЛЕДОВАНИЕ ЗОЛОТОГО СЕЧЕНИЯ - КАК ИСТОЧНИКА КРИТЕРИЯ ГАРМОНИИ И КРАСОТЫ

*Буряк Анастасия Андреевна, Гапонова Татьяна Ивановна
Научный руководитель – Лаптева Валентина Михайловна
ГБПОУ РХ «Черногорский горно-строительный техникум»,
г. Черногорск*

Изучая математику, мы часто слышим, что без знания этой науки никак не обойтись в современной жизни. Но взгляните на странички наших учебников! Где они, эти пропорции, корни, пирамиды, синусы в окружающей нас действительности? Где же они прячутся эти числа и математические закономерности во всем, что нас привлекает? А что же нас привлекает в жизни? Все красивое и гармоничное! Но тогда как же это связано между собой - красота, гармония и ...математика? Попробуем в этом разобраться.

Мы обратились к современному источнику информации – к Интернету и обнаружили, что высшее проявление совершенства целого и его частей в искусстве, науке, технике и природе «отвечает» принципу «золотого сечения». Странная, загадочная, необъяснимая вещь: эта божественная пропорция мистическим образом сопутствует всему живому и неживому.. Перед тем как начать работу по теме «Золотое сечение», мы провели опрос среди студентов и преподавателей нашего техникума. Нужно было ответить на вопрос «Знаете ли вы, что такое «золотая пропорция» или «золотое сечение»? Результаты опроса оказались следующими:30% преподавателей знают что такое «Золотая пропорция» или «Золотое сечение»,10% слышали об этом, а студенты нашего техникума не имеют представления что это такое. Теорему Пифагора знает каждый, а вот что такое «золотое сечение» – далеко не все. Во время изучения теоремы Пифагора нас познакомили с высказыванием немецкого математика, астронома, оптика и астролога Иоганна Кеплера «В геометрии существует два сокровища – теорема Пифагора и деление отрезка в крайнем и среднем отношении. Первое можно сравнить с ценностью золота, второе можно назвать драгоценным камнем». Если с первым сокровищем мы постоянно встречаемся при решении задач на уроках геометрии, то второе сокровище мы не изучаем в рамках программы. И мы решили рассказать об этом “драгоценном камне. Все живое, все красивое - все подчиняется божественному закону, имя которому –«золотое сечение».

Для нашей исследовательской работы мы выбрали тему связанную с золотой пропорцией. И так тема нашей исследовательской работы «Золотое сечение-есть критерий гармонии и красоты». «Красота должна отвечать строгому числу» такое высказывание принадлежит итальянскому ученому Леону Баттиста Альберти.

Актуальность исследования «золотого сечения» или «золотой пропорции» как универсальной мировой константы мы видим в том, чтобы убедиться в достоверности высказывания Иоганна Кеплера о «двух сокровищах» и развить это представление дальше, за пределы геометрии. Если «золотая пропорция» универсальная мировая константа, то она встречается в окружающем нас мире. Данная тема не только интересна, но и по-прежнему актуальна. Золотая пропорция не потерялась во времени, а скорее наполнилась современными обстоятельными примерами.

Целью нашего исследования стал поиск закономерностей «золотого сечения» в различных областях: архитектуре, живописи, скульптуре и в нашем окружении. В ходе исследования сформировались задачи:

1. Изучить научно-популярную литературу по данной теме;
2. Исследовать известные картины, скульптуры и архитектурные сооружения;
3. Выявить и изучить проявления «золотого сечения» и ее производных в нашем окружении и привести свои примеры исследований.

Теоретическая значимость работы заключается в том, что в процессе работы была изучена научно-популярная литература по данной теме, выяснено, что во многих гениальных творениях можно найти элементы золотого сечения. *Практическая значимость* работы заключается в применении «золотой пропорции» на уроках математики, биологии, физики, искусства. Не только мы увидели большое применение «золотого сечения», но им уже давно пользуются известные архитекторы, писатели, художники, фотографы и многие другие. Недаром учрежденная премия "Золотое сечение" - самая престижная премия в области архитектуры и строительства. Известны виды золотых фигур: это золотой треугольник, прямоугольник, пятиугольник, спираль

Архимеда. В эпоху Возрождения усиливается интерес к золотому делению среди ученых, художников, музыкантов, архитекторов, скульпторов, астрономов, биологов, поэтов, писателей, конструкторов, пластических хирургов, стоматологов... Итак «золотое сечение» – это иррациональное число, оно приблизительно равно 1,618.

Выяснив коэффициент «золотого сечения» начинаем наше исследование. И так, первое наше исследование начнем в *архитектуре*.

В соответствии с принципом золотой пропорции построены лучшие памятники: один из великолепных памятников архитектуры оставили нам зодчие *Древней Греции* – это древнегреческий храм Парфеон, также к ним относятся пирамида Хеопса, Владимирско-Богородицкая церковь, Собор Парижской Богоматери, Храм Покрова на Нерли. Известный русский архитектор М. Казаков в своем творчестве широко использовал «золотое сечение». По его проекту была построена Голицынская больница (Пирогова). В качестве примера «золотого сечения» в России можно полюбоваться фасадом знаменитого Большого театра в Москве, еще один шедевр Москвы, при возведении которого использовался принцип «золотого сечения» – дом Пашкова, который является одним из наиболее совершенных произведений архитектуры Василия Ивановича Баженова. *Свое исследование в архитектуре* мы провели на примерах 4 зданий нашего города. Это здание кинотеатра Луначарский, здание администрации, здание СУЭКа и здание бывшего кинотеатра Мир. Мы произвели некоторые доступные замеры.

Среди зданий нашего города близко к золотой пропорции только бывший кинотеатр Мир 1,6094, получив следующие данные: ширина около 10,6 м, длина всего здания около 17,06 м.

Переходя к примерам «золотого сечения» в *живописи*, нельзя не остановить своего внимания на творчестве Леонардо да Винчи. Золотое сечение присутствует в композициях интереснейших произведений живописи: мона Лиза, картина Шишкина «Корабельная роща», картина Рафаэля «Избиение младенцев». Наличие в картинах ярких вертикалей и горизонталей, делящих ее в отношении золотого сечения, придает ей характер уравновешенности и спокойствия в соответствии с замыслом художника.

Тесно переплетается при исследованиях *живопись и скульптура*.

Скульптурные сооружения и памятники воздвигаются, чтобы увековечить знаменательные события, сохранить в памяти потомков имена прославленных людей их подвиги и деяния. Отношение частей человеческого тела также связывалось с формулой «золотого сечения». Пропорции «золотого сечения» создают впечатления гармонии красоты, поэтому скульпторы использовали их в своих произведениях.

Скульпторы также утверждают, что талия делит совершенное человеческое тело в отношении «золотого сечения». Великий древнегреческий скульптор Фидий часто использовал «золотое сечение» в своих произведениях. Самая знаменитая из них была статуя Зевса Олимпийского, которая считалась одним из чудес света и статуя Афины Парфенос. Если мы человеческую фигуру – самое совершенное творение Вселенной – перевяжем поясом и отмерим потом расстояние от пояса до ступней, то эта величина будет относиться к расстоянию от того же пояса до макушки, как весь рост человека к длине от пояса до ступней». Для нашего исследования мы взяли 4 памятника нашего города: это памятник В.И. Ленину, памятник Василию Ивановичу Чапаеву, памятник погибшим шахтерам и памятник Вере Арсентьевне Баландиной. Из памятников в нашем

городе соответствует золотым соотношениям только памятник основательнице нашего города Вере АрсентьевнеБаландиной.Мы пришли к выводу:не только древнегреческие скульптуры, а и более поздние состоят из частей, делящихся в «золотом» отношении. Также мы решили проверить, как проявляются закономерности «золотого сечения» в пропорциях тела современного человека, т.е. на студентах 1 курса. Для этого мы выбрали 10 юношей группы;-ГЭМ-21 и 10 девушек своей группы . Измерения 20 человек позволили обнаружить: что у 60% выбранных в отношении присутствует 1,61, у 40% отношение равно 1,49-1,72,самые пропорциональные телосложения оказались у 9-х студентов: 5 юношей и 4 девушки(45%). В данной таблице хорошо просматривается то, что наиболее близки к золотому сечению пропорции мужчин, чем у женщин. Именно поэтому, чтобы приблизится к «золотым стандартам», женщины предпочитают обувь на каблуках.

«Золотое сечение» является не чем иным, как «дизайнерским упрощением « природы. Эту пропорцию непременно можно увидеть и в изгибах морских раковин, в раковинах наутилуса, в геометрии мозга, в яйце, в растениях и в форме цветков, и в облике жуков, ящериц и тд. Золотое сечение присутствует и в бытовых предметах: картинах, фотографиях, велосипедах, машинах ... Мы провели ряд исследований, которые подтвердили гипотезу, что Золотое сечение – отображение окружающего мира В группе провели эксперимент, какая из фоторамок в виде прямоугольников ниже расположенных, с вашей точки зрения, имеет идеальные пропорции? По результатам опросов, студенты нашей группы признали самым гармоничным прямоугольник №2 , что составило 65% опрошенных. Именно он построен в соответствии с правилом «золотого сечения».

В конце нашей работы хотим сказать, что окружающий нас мир - это прежде всего мир гармонии, в которой действует "закон золотого сечения". Золотое сечение – это один из основных основополагающих принципов природы; Человеческое представление о красивом явно сформировалось под влиянием того, какой порядок и гармонию человек видит в природе. Закономерности Золотого сечения заложены в подсознании человека, использовались и используются архитекторами в своих работах. Золотое сечение является отображением окружающего мира .

Проведенные исследования привели нас к выводу, что выдвинутая нами гипотеза о том, что человек постоянно сталкивается с предметами, содержащими в основе «золотое сечение» верна.

Библиографический список

1. Д. Пидоу. Геометрия и искусство. М. Мир, 1990.
2. Васютинский Н. Н. Золотая пропорция. М. 1990.
3. «Математика - Энциклопедия для детей» М.: Аванта +, 1998.
4. Журнал «Математика в школе», 1994, № 2; № 3.
- 5.Волошинов А.В. Математика и искусство. — М.: Просвещение, 2000.
6. Коробко В.И., Примак Г.Н. Человек и золотая пропорция. - Ставрополь, Кавказская библиотека, 1991. 174 с.
7. Ковалев Ф.В. Золотое сечение в живописи – К: Высшая школа, 1989, 32 с.
8. Шевелёв И.Ш. Принцип пропорции в архитектуре. — М.: Стройиздат, 1986.
9. Вергазова О.Б. Золотая пропорция: от древнерусских сажень до современного дизайнера // Математика в школе. М.: «Школа-Пресс», – 2007. – №8. – 96 с.

10.Различные интернет сайты (http://www.goldenmuseum.com/index_rus.html ,
<http://www.photoline.ru/tcomp1.htm>., http://arbuz.narod.ru/y_zol.htm , <http://n-t.ru/tp/iz/zs.htm> ,
http://www.pskovedu.ru/?project_id=1928&pagenum=3157
<http://www.abc-people.com/idea/zolotsech/>
<http://n-t.ru/tp/iz/zs.htm>
http://tmn.fio.ru/works/04x/304/p3_4.htm
<http://www.arstudia.ru/kazakov/2.html>
<http://e-project.redu.ru/mos/images/bllds.htm>

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В МОЕЙ ПРОФЕССИИ

*Зыков Леонид Александрович,
Потемкин Степан Денисович,
Литвинов Николай Владимирович,
Денк Денис Александрович
Научные руководители:
Ирлянова Галина Владимировна,
Демина Надежда Дмитриевна
Тараканова Любовь Васильевна,
преподаватели иностранных языков
ГАПОУ РХ «Аграрный техникум», с. Шира*

В последнее время возросла значимость изучения иностранного языка как языка профессиональной деятельности. Для студентов техникума иностранный язык является действенным средством приобщения к осваиваемой специальности, к научно-техническому прогрессу, а также средством удовлетворения профессионально-личностных познавательных интересов. Современное мироустройство подтверждает необходимость в этом. Каждому специалисту, который выпускается из нашего учебного заведения, необходимо знать терминологию не только на русском языке, но и на английском. Обучающиеся технических профессий изучают схемы, инструкции и оборудование на иностранном языке. Внедрение новых информационных технологий во все сферы человеческой жизни становится всё очевиднее. Трудно представить современную жизнь без компьютера, а мир информатики «говорит» на английском языке. Овладение современной компьютерной техникой и, особенно, интернетом невозможно без знания английского языка. Иностранный язык обязателен для многих технических профессий в странах Европы и Азии и, в частности, Китая. Для профессионалов, хорошо владеющих иностранным языком, появляются новые перспективы карьерного роста, открываются широкие коммуникативные возможности. Знание иностранного языка увеличивает конкурентоспособность и востребованность выпускника на рынке труда. Специалист со знанием иностранного языка, умеющий пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке, будет востребован на рынке труда. Кроме того, эти знания способны повысить самооценку и уверенность в будущем. Вследствие глобальных перемен в обществе изменилась и роль иностранного языка в системе образования. Экономические отношения с другими странами говорят нам о том, что мы должны уделять изучению английского языка больше внимания.

Современный мир настолько быстро меняется, что те, кто не соответствует его требованиям, оказываются за бортом жизни. Владение иностранным языком является еще одним средством выживания. Знание иностранного языка сегодня уже не является преимуществом или просто ценным качеством - оно стало необходимостью. Как когда-то компьютеры и мобильные телефоны могли себе позволить лишь люди определенного социального слоя. А сейчас без них человек не представляет свою жизнь. Только у ребят, с которыми мы обучаемся, бывают разные цели. Для кого - то английский язык - это всего лишь несколько фраз, которые можно использовать где-нибудь за границей, заказывая напитки и еду. Другие и вовсе не видят в этом смысл. У прочих, к счастью, более серьезное отношение к иностранному языку. Лично для нас английский язык - это не только профессия, но и способ познания мира, разных культур и знакомства с другими людьми. Мы изучаем не только общеобразовательный цикл английского языка, но и профессиональный английский язык для каждой специальности.

Общеизвестно, что английский язык стал средством международной коммуникации. Более 450 миллионов людей считают его родным, а 600-650 миллионов граждан используют английский в качестве дополнительного языка для общения. Диапазон распространения английского языка в современном мире велик. Несмотря на разнообразные его варианты и наличие специфических особенностей для каждой национальности, английский язык остается самым популярным на нашем земном шаре.

Если вы владеете английским языком, значит, выгодно отличаетесь от других соискателей. Правда, специалистов "с языком" на рынке труда теперь немало. Чтобы выделиться на их фоне, надо хорошо знать на английском языке отраслевую терминологию. Особое значение приобретает язык специальности, владение которым не только повышает профессиональную мобильность, но и в значительной степени оптимизирует процесс формирования умений интеллектуальной деятельности, необходимых для квалифицированного специалиста. Можно открыть научно-технический журнал на английском языке и прочитать интересующую информацию: современные открытия, новейшие разработки с техническими характеристиками. Больше 2/3 научной литературы читается на английском языке. Часто нет возможности дождаться, пока появится какой-либо информационный источник на родном языке. В интернете более миллиарда веб-страниц на английском, из которых можно приобретать знания без особых затрат и усилий. А это ведь ещё одна серьёзная мотивация для изучения профессионального иностранного языка. Около 80 % информации хранится на английском языке в электронном виде по всему миру.

Например, экономически быстроразвивающаяся страна Китай поставляет свою продукцию на российский рынок с аннотацией на английском языке. Производители стран Старого и Нового света выпускают огромное количество наименований качественного товара, получившего признание во всем мире. В целом ряде случаев продукция часто поступает на объекты только на английском языке без русского перевода. Неловкая получается ситуация: площадка оснащена всем необходимым, а работы не ведутся. Причина проста: исполнители не понимают, каким именно образом необходимо использовать те или иные материалы, а так же различные электротехнические устройства и приборы. Кроме того, нередко заказчиком может выступать и иностранный представитель, а это не только переговоры, но и работа с документами.

При анализе анкет среди обучающихся нашего техникума и статистических данных, взятых в источниках СМИ, мы выяснили следующее:

Во-первых, работодатели всё чаще считают, что знание английского языка желательно для сотрудников.

Во-вторых, нами установлено, что владение иностранным языком как инструментом профессии является условием работы в компании.

В-третьих, для студентов очень важно стать профессионально-подготовленным специалистом, поэтому читать и понимать литературу по специальности, расширять свой словарный запас и владеть грамматикой является для них очень привлекательной возможностью.

При прохождении практики нас пригласили провести электротехнические работы в лаборатории по компетенции «Поварское дело». Под руководством опытных наставников мы приобрели практический опыт в составлении электрических схем электроснабжения, электротехнического и электротехнологического оборудования, в заполнении необходимой технической документации, в выполнении работ по чертежам, эскизам с применением необходимых приспособлений, специальных инструментов и аппаратуры, в разработке и оформлении технологической и отчетной документации, в проведении настройки и регулировки устройств и приборов, в оформлении документации по охране труда и электробезопасности при эксплуатации и ремонте, в выборе электроизмерительных приборов и измерении с заданной точностью различных электрических и неэлектрических величин.

При подготовке к данной работе мы составили, изучили и использовали тщательно отобранный на английском языке профессионально - ориентированный материал для проведения технических работ: изучили литературу на английском языке по обеспечению электрооснащения лаборатории, читали тексты с детальным извлечением информации, необходимой при отработке профессиональных навыков, а также выполняли задания и различные манипуляции со словами и словосочетаниями. В итоге, полученные знания профессиональной терминологии и сведения о новых технологиях из источников технической литературы по нашей специальности на английском языке помогают нам на практике в выполнении работ по электроснабжению.

Библиографический список

1. Чепурная А.И. Английский язык для инженеров: электроэнергетика: учеб. пособие. – Ставрополь: Ставропольское издательство «Параграф», 2019. – 88 с.
2. Смирнова О. Г., Процукович Е. А. English for Power Engineering Students.: Учебное пособие по английскому языку / О. Г. Смирнова, Е. А. Процукович. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2016.- 162с.
3. Лахмаков В.Л. Английский язык для электротехнических специальностей: учебное пособие. - Москва: КНОРУС, 2021. - 192 с. - (Среднее профессиональное образование).
4. Oxford English for Electrical and Mechanical Engineering категория: технический английский автор (author): Eric H. Glendinning издательство (publisher): Oxford University Press год (year): 2007.-153 с. URL.:
http://frenchenglish.ru/english_for_electrical_mechanical_engineering.html (дата обращения 21.01.2022).

ДИЗАЙН ОКОН: ОТ РОЖДЕНИЯ ДО НАШИХ ДНЕЙ

Катаев Данил Сергеевич
Научный руководитель – Коваль Лариса Александровна, мастер
производственного обучения ГБПОУ РХ «Техникум коммунального
хозяйства и сервиса» г. Абакан

История окон насчитывает больше 4 тысячелетий. Но первые конструкции были максимально примитивны. Их делали в виде отверстия для воздухообмена и естественного освещения.

Русское слово «окно» созвучно со словом «око». Окна являются своего рода глазами дома. Но они не всегда были такими, как сегодня. Эволюция окна имеет тысячелетнюю историю.

В древности проёмы в стенах прикрывали шкурами и циновками, завешивали тканью. По сути, окнами служили занавески. Позднее люди изобрели ставни, которые закрывались для сохранения тепла и открывались, впуская воздух и свет.

Древние люди считали, что через незакрытые отверстия в дом могут проникать злые духи. Постройки древнего Египта, Греции и Рима, как правило, не имели окон, а только узкие щели. В Греции световые щели полагались только в комнатах для пиров, а на женской половине дома их не делали вовсе.

До появления стекла люди выходили из положения, скрепляя маленькие кусочки светопроницающих материалов — слюды, тонких кусков мрамора, расплюснутых роговых фрагментов. В Китае, Корее и Японии окна затягивали бумагой. Старинные материалы, которые использовали вместо стёкол, оставили след в названии различных типов окон. Например, бычий глаз или рыбий пузырь.

В середине X века в Европе появилось оконное искусство — витраж. В готической церковной архитектуре проёмы стрельчатых окон заполнялись орнаментальными или сюжетными картинами из цветного стекла в свинцовой оправе. Лучи солнца, преломляясь через это великолепие, наполняли соборы особым светом.

В России окна из кусочков цветного стекла встречались в хоромы князей уже с XII века. Однако витражи на Руси так и не прижились.

С XIV века на Руси существовали косячатые окна, обрамлённые колодой из четырёх обтёсанных брусьев-косяков. В них вставлялась оконница, заполненная слюдой, рыбьим пузырём, брюховицей, а позже стеклом.

Существовали на Руси и волоковые окна — небольшие смотровые и световые отверстия в стене дома. Это окно закрывалось изнутри дощечкой, которая двигалась в специально вырезанных пазах. Волоковые окна устраивали обычно в клетях, чуланах, подвалах, их использовали не столько для освещения, сколько для проветривания помещения. Привычным считалось наличие окон в горнице в двух стенах, а в светлице ("женской" комнате) — с трех или четырех сторон. Считается, что это облегчало типичный женский труд — от прядения до шитья, вязания.

Русские стеклодувы уже в XIII веке научились делать толстостенные, круглые, мутные окна до 30 см в диаметре. Но позволить их себе могли только зажиточные люди. «Окнища — барские затейща», — говорили в народе.

С XVII века стекло стали употреблять чаще. Оно было цветным или же с росписью. В стекло вставляли свинцовые переплёты.

Европейская новинка (большие оконные проёмы) — пришла в Россию при Петре I. Новинкой они стали для русского народа, а в Европе существовали уже в эпоху Возрождения. Но в порыве европеизирования Пётр не учёл российский климат и впоследствии вынужден был сам же и запретить «французские окна» — от пола размером с дверь. В результате парадные залы для приёмов были устроены по моде с большими окнами, а жили на верхних этажах дворцов и особняков в небольших комнатах с маленькими оконцами.

Со временем окна в деревнях и городах стали делать двойными для теплоизоляции. На рубеже XIX-XX веков в эпоху модерна окна стали принимать необычные, «нерегулярные» формы. Пришедший на смену модерну конструктивизм вновь сделал окна прямоугольными.

Окна обрамляли наличниками, которые украшали резьбой и в ритуальных целях, и для красоты. По этому элементу можно было определить статус владельцев дома. По ним смотрят и период (время), к которому относится образец деревянного зодчества. Искусству вырезания ажурных узоров и их символике обучались долгие годы.

Некоторые из значений узоров:

- солнце – в виде ромба;
- поле – вытянутый ромб;
- равносторонний крест – солнце-оберег, защита от нечисти;
- 6- или 8-конечная звезда, вписанная в круг, – знак грома, мужества, доблести, смены дня и ночи;
- утки и лебеди – уносят солнце вечером, изображаются внизу;
- конь – приносит солнце утром, изображается вверх.

С начала XX века до его середины "советская Россия" застраивалась типовыми домами с вставляемыми в них такими же типовыми деревянными окошками. В результате, как у всего массового и дешевого, происходит потеря качества.

Просто невозможно, немисливо представить себе дом без окон. Этот элемент, упомянутый уже во втором тысячелетии до н.э, прошел огромный путь развития, превратившись из простого отверстия к сложным системам.

Производители не стоят на месте, придумывая новые модели, разрабатывая модный дизайн, балуя людей усовершенствованными окнами. Улучшаются и свойства изделий, теперь они могут защитить владельцев домов и от холода, и от шума, и от жары, и от вьюги.

Дизайн окна является благодатным объектом для архитекторов и дизайнеров. В первую очередь архитектор оперирует непосредственно размером и формой окна. Помимо прямоугольных окон существует множество вариантов окон нестандартной формы, панорамное остекление и различные варианты раздвижных систем (деревянных порталов).

Дополнительные, подручные средства дизайнера интерьеров — цветовые решения окна, старение деревянной поверхности, использование резных элементов и изготовление деревянных окон по дизайнерским эскизам.

Современный стеклопакет открывает перед дизайнером широкие возможности: для придания стеклу необходимого оттенка можно использовать цветную декоративную плёнку или тонировку в массе, стеклопакет можно украсить металлическими шпросами или деревянной раскладкой. Самое изысканное и сложное решение — использование витражей.

Современное окно- это сложная инженерная конструкция, к которой предъявляются очень высокие требования и от которой во многом зависит комфорт и дизайн жилья или производственного помещения. Архитекторам нужны окна, которые служили бы украшением здания, пропускали бы много света и соответствовали бы строительным требованиям. Теплотехники оценят окна с хорошей теплоизоляцией, плотным прилеганием створок, которые, в то же время, можно легко открыть для проветривания. Жильцы мечтают о недорогих, тепло сберегающих, легко моющихся окнах, которые оберегают от шума и защищают от взлома.

Сегодня окна являются высокоразвитым архитектурным и инженерным элементом здания. Тем не менее можно утверждать, что известные возможности окон - обеспечивать визуальный комфорт, освещенность, поступление свежего воздуха, снижение теплопотерь в холодный период и теплопоступлений от солнечной радиации в летний период - недостаточно изучены, востребованы и оптимизированы.

Библиографический список

1. Электронный источник: fixmaster74.ru
2. Электронный источник: <http://f1.ds-russia.ru/>
3. Электронный источник: <https://stroyremkom.ru/>
4. Электронный источник: <http://www.tzar-okna.ru/articles/view/64.htm>

АНАЛИЗ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Кораблёва Дарья Юрьевна

*Научный руководитель - Беляева Наталья Анатольевна, преподаватель
ФГБОУ ВО «Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова»,
Сельскохозяйственный институт, Сельскохозяйственный колледж, г. Абакан*

Отчетность является неотъемлемым элементом системы бухгалтерского учета, выступает завершающим этапом учетного процесса, выполняет важную функциональную роль в системе экономической информации, интегрируя информацию всех видов учета.

Актуальность исследования обусловлена ведущей ролью бухгалтерской отчетности как информационной базы анализа финансового состояния предприятия в современных экономических условиях. Результаты анализа финансового состояния, в свою очередь, имеют первостепенное значение в процессе принятия управленческих решений на всех уровнях управления предприятием.

В результате выполнения работы была достигнута цель исследования, которая состояла в проведении анализа финансовых результатов деятельности предприятия.

Для достижения цели исследования были решены следующие задачи:

- 1) рассмотрение теоретических аспектов по вопросам, связанным с анализом финансовых результатов предприятия;
- 2) определение финансовых результатов деятельности ООО «Парикмахерская «Алка».

Бухгалтерская отчетность – это есть единая система данных о финансовом и имущественном положении организации, о результатах её хозяйственной деятельности в отчетном периоде, составляемая на основе данных бухгалтерского учёта по установленным формам.

Представление об эффективности работы предприятия дает финансовая отчетность. Это совокупность определенных форм отчетности, составленных на основе данных бухгалтерского учета. Финансовая отчетность позволяет оценить имущественное состояние, финансовую устойчивость, платежеспособность фирмы и другие результаты, необходимые для обоснования многих решений (например, о целесообразности предоставления или продления кредита, о надежности деловых связей)[2, с.61].

Чтобы обеспечить выживаемость предприятия в современных условиях, управленческому персоналу необходимо, уметь реально оценивать экономическое состояние, как своего предприятия, так потенциальных партнеров или конкурентов.

Анализ финансового состояния позволяет решить не только наметившиеся проблемы на предприятии, но и мобилизовать руководство к действиям. Благодаря этому разрабатываются определенные модели и стратегии развития организации, производится контроль за их выполнением, анализируются результаты деятельности, а именно подразделений, работников и т.д.[1, с.32].

Показатели финансового положения и результатов деятельности ООО "Парикмахерская "Алка ", имеющие хорошие значения:

- чистые активы превышают уставный капитал, при этом за период с 01.01.2019 по 31.12.2019 наблюдалось увеличение чистых активов;
- прибыль от финансово-хозяйственной деятельности за 2020 год увеличилась по сравнению с аналогичным периодом прошлого года).

Следующие показатели финансового положения и результатов деятельности организации имеют удовлетворительные значения:

- доля собственного капитала неоправданно высока (85%);
- изменение собственного капитала практически равно общему изменению активов организации;
- за рассматриваемый период (2020 год) получена прибыль от продаж, хотя и наблюдалась ее отрицательная динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Среди всех полученных в ходе анализа показателей имеется один, имеющий значение на границе нормативного – не в полной мере соблюдается нормальное соотношение активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения.

С отрицательной стороны финансовое положение и результаты деятельности организации характеризуют такие показатели:

- недостаточная рентабельность активов (0,1% за последний год);

- значительная отрицательная динамика рентабельности продаж (-1 процентных пункта от рентабельности за аналогичный период года, предшествующего отчётному, равной 17,9%);

- значительное падение прибыли до процентов к уплате и налогообложения (ЕБИТ) на рубль выручки организации (-2,4 от аналогичного показателя рентабельности за аналогичный период года, предшествующего отчётному).

В ходе анализа был получен лишь один показатель, имеющий критическое значение – критическое финансовое положение по величине собственных оборотных средств.

Таким образом, финансовое положение ООО «Парикмахерская «Алка» характеризуется как хорошее; финансовые результаты за последний год как удовлетворительные. На основе эти двух оценок финансовое состояние предприятия можно признать положительным.

На основании выводов можно предложить различные мероприятия для улучшения некоторых показателей.

Необходимо проведение мероприятий по увеличению доли денежных средств в составе оборотных активов с помощью проведения следующих мероприятий: снижения запасов товаров, материалов до оптимальных размеров; увеличения доли быстрореализуемых активов в структуре оборотных активов; хранения на счетах в банке минимально необходимой суммы денежных средств, а все свободные их остатки следует перечислять в досрочное погашение полученных кредитов; сокращения издержек на привлечение кредитных ресурсов.

С учетом выявленных недостатков ООО «Парикмахерская «Алка» можно дать рекомендации, которые позволили бы еще улучшить его финансовое положение: снизить величину краткосрочных обязательств, переведя их часть в долгосрочные обязательства, т.е. привлекая кредиты и займы на долгосрочной основе; пересмотреть ассортиментную и ценовую политику, а так же изменение норм затрат, посмотреть, за счет чего значительно увеличилась себестоимость и как можно понизить это увеличение.

Библиографический список

1. Андропова В.С., Климовских Н.В. Анализ и оценка финансового состояния коммерческих организаций // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. Выпуск номер 11-1, С.32-35
2. Ильшева, Нина Николаевна. Анализ в управлении финансовым состоянием коммерческой организации / Н. Н. Ильшева, С. И. Крылов. - Изд. 2-е, с изменениями. - Москва: Финансы и статистика, 2021. - 242, [1] с. : ил., табл.; ISBN 978-5-00184-012-1

КОНСОЛИДИРОВАННАЯ ОТЧЕТНОСТЬ: СОДЕРЖАНИЕ И ПОРЯДОК ЕЁ СОСТАВЛЕНИЯ

*Левина Екатерина Ивановна
Научный руководитель – Ковалевич Светлана Александровна, преподаватель
ГБПОУ РХ «Хакасский колледж профессиональных технологий, экономики и
сервиса», г. Абакан*

В результате развития экономики и ее глобализации процесс консолидации финансовой отчетности является всё более частым явлением, при этом всем создаются новые и расширяются существующие группы компаний. Компании, входящие в группы, проводят согласованную производственную, финансовую и маркетинговую политику, что дает основание рассматривать группу как единый хозяйствующий субъект. Целью данных учреждений и органов является контроль за деятельностью объединенных предприятий, их финансово-экономическим состоянием. Такой контроль может осуществляться лишь с помощью формирования консолидированной финансовой отчетности, ведь отчетность каждой компании в отдельности не будет давать полного представления об общем состоянии всего объединения.

Консолидированная финансовая отчетность постепенно завоевывает свои позиции и в России. В ответ на пожелания пользователей экономической информации все большее число крупных российских компаний начинает составлять и представлять консолидированную финансовую отчетность, что, в свою очередь, неизбежно ставит вопрос о разработке соответствующей нормативной базы, которая позволит обеспечить прозрачность и сопоставимость представленных в отчетности данных. Поэтому проблема формирования консолидированной финансовой отчетности в России является столь актуальной и на сегодняшний день.

Консолидированная финансовая отчетность – это финансовая отчетность, подготовленная в отношении группы субъектов отчетности, в которой показатели их активов, обязательств, доходов, расходов, движения денежных средств и иных объектов бухгалтерского учета представлены как соответствующие показатели одного субъекта отчетности.

Субъект консолидированной финансовой отчетности – это орган государственной власти, орган управления государственным внебюджетным фондом, орган местного самоуправления или иной субъект отчетности, уполномоченный формировать консолидированную финансовую отчетность по соответствующему периметру консолидации.

Периметр консолидации – это группа субъектов отчетности, финансовая отчетность которых подлежит включению в консолидированную финансовую отчетность.

Консолидированная финансовая отчетность составляется путем суммирования одноименных показателей по строкам и графам бухгалтерской (финансовой) отчетности отдельных субъектов отчетности [1].

Порядок подготовки и представления консолидированной финансовой отчетности в РФ, в том числе определение состава консолидированной группы, регламентирует целый перечень нормативных документов:

- 1) Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете»;
- 2) Федеральный закон от 27.07.2010 № 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности» (далее — Закон № 208-ФЗ);
- 3) Федеральный закон РФ от 22.04.1996 № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг» (далее — Закон № 39-ФЗ);
- 4) Постановление Правительства РФ от 25.02.2011 № 107 «Об утверждении Положения о признании Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности для применения на территории Российской Федерации»;

5) Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 10 «Консолидированная финансовая отчетность»;

6) Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 28 «Инвестиции в ассоциированные организации и совместные предприятия»;

7) Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 3 «Объединения бизнесов»;

8) Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 11 «Совместное предпринимательство»;

9) Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 12 «Раскрытие информации об участии в других организациях» [3, с.14-15].

Решение организации перейти на составление консолидированной финансовой отчетности по большей части связано с тем, что компания имеет намерение выйти на международный рынок, а именно продавать свои акции на фондовых биржах. То есть составлять такую отчетность необходимо прежде всего крупным компаниям и транснациональным корпорациям, в то время как многочисленные средние и мелкие предприятия по большей части освобождены от её составления [6, с.24].

Законом № 208-ФЗ установлен перечень организаций, для которых составление и представление консолидированной финансовой отчетности является обязательным. К ним относятся:

1) кредитные организации;

2) страховые организации (за исключением страховых медицинских организаций, осуществляющих деятельность исключительно в сфере обязательного медицинского страхования);

3) негосударственные пенсионные фонды;

4) управляющие компании инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов и негосударственных пенсионных фондов;

5) клиринговые организации;

6) федеральные государственные унитарные предприятия, перечень которых утверждается Правительством РФ;

7) акционерные общества, акции которых находятся в федеральной собственности и перечень которых утверждается Правительством РФ;

8) иные организации, ценные бумаги которых допущены к организованным торгам путем их включения в котировальный список [3, с.15].

Основной целью консолидированной финансовой отчетности является информирование о конкретных экономических показателей инвесторов и акционеров, поскольку операции внутри компаний не могут в полной мере отразить финансовые результаты, а консолидированная финансовая отчетность отражает истинную суть и экономические взаимосвязи всей группы компаний.

Консолидированная финансовая отчетность необходима пользователям, которым интересна данная группа компаний. Она позволяет показать масштабы различных видов деятельности внутри группы, сделать деятельность группы прозрачной для пользователей отчетной информации, способствует повышению их доверия как к группе, так и к отдельным входящим в нее организациям.

В состав консолидированной финансовой отчетности включаются следующие формы отчетов:

- а) консолидированный бухгалтерский баланс;
- б) консолидированный отчет о финансовых результатах;
- в) консолидированный отчет о движении денежных средств;
- г) отчет об исполнении консолидированного бюджета;
- д) отчет об исполнении консолидированного бюджета и бюджета государственного внебюджетного фонда;
- е) пояснительная записка к консолидированной отчетности.

Консолидированная финансовая отчетность составляется по формам и в порядке, установленным Министерством финансов Российской Федерации [1].

Непосредственно в качестве этапов формирования консолидированной финансовой отчетности выделяются следующие:

- 1) формирование модели отчетности;
- 2) подготовка информационных запросов;
- 3) сбор информации;
- 4) проверка данных;
- 5) трансформация отчетности;
- 6) подготовка итогового варианта консолидированной финансовой отчетности;
- 7) аудит консолидированной финансовой отчетности [5, с.12-13].

Отчетным периодом для годовой консолидированной финансовой отчетности (отчетным годом) является календарный год с 1 января по 31 декабря включительно [2].

Рассмотрев особенности нормативно-правового регулирования консолидированной финансовой отчетности в Российской Федерации, можно заметить, что в определении термина «консолидированная финансовая отчетность» в Федеральном законе одним из ключевых является понятие «группы взаимосвязанных экономически и юридически организаций». При этом данная группа, её признаки и состав должны определяться в соответствии с МСФО.

Под группой взаимосвязанных экономически и юридически организаций понимается консолидированная группа. Появление консолидированных групп является одной из наиболее перспективных тенденций в развитии бизнеса, как в нашей стране, так и за рубежом. Это выражается в создании главной (материнской) компанией дочерних обществ, приобретении одними компаниями пакетов акций других компаний, слияний и объединений организаций прочими способами [3, с.16].

Появление консолидированной финансовой отчетности группы компаний является проявлением принципа приоритета экономического содержания над юридической формой. Группа компаний представляет собой единый экономический субъект, бизнес, который получает право на составление консолидированной финансовой отчетности, а не только отдельных финансовых отчетностей юридических лиц, входящих в него [4, с.31].

Перейдя к изучению особенностей составления консолидированной финансовой отчетности, необходимо выяснить специфику, характерную для формирования её основных экономических и финансовых показателей.

Принцип «единого экономического образования» заключается в том, что предприятия консолидированной группы связаны между собой определенными финансово-экономическими отношениями. Материнская организация контролирует дочерние организации. Это обуславливает наличие слияния капитала, а также внутригрупповых операций. Несмотря на то, что хозяйственные операции в рамках

внутригрупповых взаимоотношений не учитываются в консолидированной финансовой отчетности путем их элиминирования, это подвергает финансовое состояние компаний в составе группы зависимости от финансовых результатов друг друга. Кроме того, консолидированная финансовая отчетность отражает совместные финансовые результаты и совокупное финансовое состояние членов группы компаний, а не индивидуально для каждого участника группы. Это и обуславливает специфику интерпретации консолидированной финансовой отчетности.

Консолидированная финансовая отчетность формируется исходя из правил, установленных Международными Стандартами Финансовой Отчетности. В то же время, члены консолидированной группы составляют внутреннюю отчетность по нормам российского бухгалтерского учета. Концептуальным отличием данных подходов является то, что бухгалтерская финансовая отчетность, составленная по МСФО, согласно принципу уместности, который предполагает выражение профессионального суждения бухгалтера и приводит к тому, что отчетность, в большей степени отражает прогнозные возможности. То есть она ориентирована на внешних пользователей с прямым финансовым интересом (инвесторы, учредители, поставщики, кредиторы и т.д.).

В то же время, отечественные стандарты составления отчетности упираются на соблюдение принципа достоверности, в соответствии с которым отчетность должна давать достоверное и полное представление об имущественном и финансовом положении организации, об его изменениях, а также о финансовых результатах деятельности, что делает данные отчетности ориентированными на налоговые органы и прочих пользователей с косвенным финансовым интересом.

Консолидированная финансовая отчетность содержит ряд специфических показателей, отсутствующих в индивидуальной бухгалтерской отчетности и характеризующих отношения взаимосвязанных или взаимозависимых компаний, возникших в ходе их интеграции. К таким показателям следует отнести неконтролирующую долю участия и гудвилл.

Организации, составляющие консолидированную финансовую отчетность, являются наиболее экономически развитыми субъектами рынка. К ним относятся и государственные предприятия, формирующие значительную долю валового внутреннего продукта, в их числе также кредитные и страховые организации. Это возлагает большую ответственность на составителей и аналитиков отчетности такого рода предприятий, так как это оказывает влияние на дальнейшие управленческие решения, принимаемые аппаратом управления фирмы. Нестабильное финансовое состояние данных компаний, явившееся результатом деструктивных управленческих действий вследствие неверной интерпретации экономических показателей консолидированной финансовой отчетности, может оказать существенное дестабилизирующее влияние на экономику государства [6, с.27-28].

Итак, подводя итоги, можно сказать, что консолидированная финансовая отчетность составляется путем суммирования одноименных показателей по строкам и графам бухгалтерской (финансовой) отчетности субъектов отчетности, входящих в периметр консолидации, и исключения взаимосвязанных показателей по операциям между ними, она представляет собой единую финансовую отчетность группы компаний.

Основной принцип консолидированной отчетности – она составляется по нескольким компаниям, но так, будто по одному субъекту, где объединяются данные

по активам и обязательствам, платежам и поступлениям, капиталу всех организаций группы.

Библиографический список

1. Информационно-правовой портал «Гарант.Ру» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garant.ru> (дата обращения: 25.01.2022).
2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.htm> (дата обращения: 25.01.2022).
3. Литвиненко М.И. Консолидированная финансовая отчетность в соответствии с новыми стандартами: Учебное пособие. – Москва: ЮРАЙТ, 2019. – 168 с.
4. Модеров С.В. Консолидированная финансовая отчетность: логика и техника построения: Учебно-практическое пособие. – Санкт-Петербург, 2017. – 170 с.
5. Статья Соколова А.А. «Основные этапы формирования консолидированной финансовой отчетности группы компаний» [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-etapy-formirovaniya-konsolidirovannoy-finansovoy-otchetnosti-gruppy-kompaniy> (дата обращения: 25.01.2022).
6. Титова Н.Ю. Консолидированная отчетность организаций: Учебное пособие. – Владивосток: ВГУЭС, 2018. – 140 с.

МЕТОДЫ УНИЧТОЖЕНИЯ И ВОССТАНОВЛЕНИЯ ДОКУМЕНТОВ НА БУМАЖНЫХ НОСИТЕЛЯХ

Маадыр-оол Аюша Эресовна

*Научный руководитель - Скачкова Наталья Владимировна, преподаватель
ГБПОУ РХ «Хакасский колледж профессиональных технологий,
экономики и сервиса», г. Абакан*

Документы с течением времени теряют свою практическую значимость. Хранить их все невозможно, поэтому периодически от них нужно избавляться. Помимо нехватки места, сложности возникают с поиском документа, с их обработкой, ориентированием в пространстве архива и других помещений.

Хорошо, если в организации есть архивист, который способен разобрать документы по срокам хранения, правильно отобрать те, которые нужно уничтожить и провести процедуру уничтожения документов.

Уничтожение документов бывает:

- законным после истечения установленного срока хранения;
- уничтожение или порча по неосторожности, в результате аварий и стихийных бедствий, природных и техногенных катастроф;
- умышленное уничтожение или порча, для того, чтобы скрыть следы каких-то действий, или же для того, чтобы причинить вред владельцу документов.

Для бумажных документов основными методами уничтожения на сегодняшний день являются: шредирование, сжигание, химическая обработка и закапывание.

Каждый из перечисленных способов имеет свои достоинства и недостатки, и используется в зависимости от сложившейся практики делопроизводства, от законодательства и от возможностей конкретной организации

Сжигание на протяжении многих лет было самым распространенным методом уничтожения бумажных документов. Основное достоинство данного метода — он прост, при правильном применении гарантирует уничтожение информации, и, в крайнем случае, можно обойтись подручными средствами, без использования сложного дорогостоящего оборудования.

Есть у него, однако, и серьезные недостатки: для уничтожения большого объема документов требуется время и бдительность исполнителей, т.к. хоть бумага и горит хорошо, но при ее плотной упаковке (дела, книги, связки) может сгореть не полностью; сжигать документы можно только на подходящем оборудовании (например, в котельной). При попытке сжечь документы на костре ветер будет разносить полубогоревшие документы по всему району; сейчас сжигание считается экологически вредным методом уничтожения, от которого постепенно отказываются во многих странах мира [7, с. 4].

Химическая обработка приводит к размягчению бумаги и превращению ее в бумажную массу. Это надежный, но недешевый метод, и в настоящее время его используют в качестве дополнительной меры безопасности при уничтожении секретных документов шредированием. У метода тоже есть свои недостатки: требуется специальное оборудование и/или химические реактивы, что во многих случаях подразумевает использование услуг специализированных компаний; процесс уничтожения достаточно длительный, и есть определенный риск несанкционированного доступа к информации; вследствие длительности процесса, присутствовать при уничтожении самих документов от начала до завершения процесса уничтожения невозможно; это достаточно дорогой способ уничтожения.

Закапывание - этот метод был очень популярен в США. Вместе с другим мусором документы вывозились на свалку и закапывались. Подобная практика резко сократилась после того, как в ходе нескольких судебных разбирательств суд заставил их участников за свой счет выкопать, перебрать и представить относящиеся к делу документы. Дело в том, что, в соответствии с законами США, если документы, относящиеся к разбираемому судом вопросу, физически существуют и их можно извлечь, стороны и суд вправе требовать их предоставления, даже если соответствующие сроки хранения истекли.

Как показал опыт, закопанные документы в большинстве случаев хорошо сохраняются. Недостатки данного метода: метод создает только видимость надежности, т.к. время полного уничтожения бумаг зависит от природных и климатических условий; невозможно гарантировать, что документы не попадут в другие руки. На практике были отмечены случаи выкапывания документов конкурентами; поскольку велика вероятность того, что физически документы все еще существуют, заинтересованные стороны (суды, государственные инспектирующие органы) могут потребовать их извлечения и предоставления, возлагая все — очень существенные — расходы на владельца документов.

Шредирование — наиболее распространенный и популярный на сегодня метод уничтожения бумажных документов. Привлекают его дешевизна (и даже возможность заработать, сдавая бумажную обрезь в макулатуру), «экологичность», достаточная надежность. Организации или самостоятельно уничтожают документы, или пользуются услугами фирм, занимающихся переработкой вторичных отходов. И у того, и у другого вариантов есть свои плюсы и минусы [7, с. 11].

Насколько надежны, представленные методы уничтожения, можно судить по возможностям их восстановления.

Восстановление документов - всегда достаточно длительный, трудоемкий и недешевый процесс, поэтому к нему прибегают только при наличии веских оснований.

Таковыми основаниями могут быть, например, важность соответствующих материалов для судебного разбирательства или расследования, их культурно-историческая ценность, или простой экономический расчет, что восстановление документов обойдется дешевле, чем получение их заново.

Методы восстановления зависят от вида полученных повреждений или использованного способа уничтожения. Большое значение имеют как финансовые, так и технические возможности организации.

Неумышленное шредирование хотя и встречается, но редко. Основная масса материалов уничтожается осознанно, в интересах обеспечения информационной безопасности, и, прежде всего, безопасности собственника документов.

Восстановлением информации занимаются другие заинтересованные органы и лица. Опыт показал, что восстановить шредированные документы возможно, и в этой области идет своя, незаметная для широкой публики, «гонка вооружений». С одной стороны, «реставраторы» активно применяют современную технику и программное обеспечение, с другой — для уничтожения применяются шредеры, режущие бумагу на все более мелкие кусочки, а для большей надежности бумажная «соломка» перемешивается и обрабатывается химическими составами

Вода — враг документов, и именно она чаще всего становится причиной головной боли для их собственников. К природным стихийным бедствиям — наводнениям, потопам, ливням, цунами — нужно добавить и техногенные катастрофы, такие, как прорывы канализации и отопления. Чтобы восстановить документы, поврежденные водой, используют разные виды сушек:

- Диффузионная сушка, когда поврежденные водой документы прокладывают через каждые 10 — 15 листов бумагой с высокой впитывающей способностью;
- Конвективная сушка (воздушная) — наиболее распространенный метод сушки книг и документов путем обдува их нагретым воздухом;
- Вакуумная сушка — высокопроизводительный способ, создающий «мягкие» условия сушки для бумаги, кожи и других материалов;
- Сублимационная сушка (сушка вымораживанием)

Вакуумная и сублимационная сушки признаны в мировой практике консервации наилучшим на сегодняшний день способом восстановительной сушки [4, с. 12].

Документы, которые пострадали в огне тоже можно восстановить. После воздействия огня документы чаще всего обуглены по краям, сильно закопчены и задымлены. Но, главная здесь проблема в том, что, при тушении пожара очаг возгорания обильно заливается водой, и многие документы при этом намокают — известно, что при пожарах гораздо больше документов гибнет от воды, чем от огня.

Основным методом восстановления поврежденных огнем документов является обрезка всех обгоревших частей документа и укрепление основы документа специальной синтетической пленкой. Квалифицированно такую работу может провести только специалист-реставратор [6, с. 3].

В случае возникновения каких-либо чрезвычайных происшествий, не каждый сотрудник знает, как действовать, чтобы правильно оформить масштабы бедствия. Ведь есть налоговые и другие контрольные органы, с которыми придется объясняться, в связи с утратой документов и здесь большое значение будут иметь: составленные в ходе происшествия акты, полученные справки от МЧС о пожаре или наводнении, справки от коммунальных служб о протечках и прорывах канализации. Оценивая ущерб, необходимо рассматривать возможность получения дубликатов документов из других организаций. Чаще всего дешевле будет восстановить утраченные документы в виде дубликатов, чем предпринимать дорогостоящие операции по их реставрации [7, с. 14].

Поводя итог по рассматриваемым методам уничтожения документов, мы пришли к выводу, что наиболее эффективным способом уничтожения документов является профессиональное shredding. Оно дает максимальное измельчение бумаг и позволяет сохранить конфиденциальность информации, содержащейся в документах, а дальнейшая переработка - это спасенные деревья.

Что же касается методов восстановления документов, то здесь в случае повреждения документов водой, автор выделяет диффузионную и конвективные сушилки. Они хороши при не большом количестве поврежденных материалов и не требуют больших затрат денежных средств. При больших количествах поврежденных документов наиболее эффективна сублимационная сушка (сушка вымораживанием), так как дает блестящие результаты, коробление высушенных бумаг минимально.

Практическая значимость рассматриваемых методов состоит в том, что совершенствование работы по своевременной законной утилизации архивных документов поможет правильно организовать работу архива организации, обеспечит сохранность и оперативный поиск важных документов, а навыки реставрации помогут продлить жизнь пострадавшим документам.

Сотрудникам, отвечающим за архив учреждения или предприятия, необходимо должным образом обеспечивать организацию хранения архивных документов, соблюдать оптимальные режимы, своевременно выявлять документы, потерявшие практическую значимость и правильно организовывать их законную утилизацию.

Библиографический список

1. Федеральный закон «Об архивном деле в Российской Федерации» от 22.10.2004 № 125-ФЗ» (ред. от 11.06.2021 № 170-ФЗ).
2. Правила организации хранения, комплектования, учета и использования документов архивного фонда Российской Федерации и других архивных документов в органах государственной власти, органах местного самоуправления и организациях (утв. Приказом Минкультуры России от 31.03.2015 N 526).
3. Инструкция по подготовке архивных документов на бумажной основе к реставрации методом доливки. Новосибирск: ГКУ НСО ГАНО, 2019. 19 с.
4. Труды Лаборатории консервации и реставрации документов СанктПетербургского филиала Архива РАН. Хранение и реставрация документов: Методические рекомендации / Под ред. К.И. Андреевой и Н.П. Копаневой. СПб.: Реликвия (реставрация, консервация, музеи), 2008. 200 с.
5. Привалов В.Ф. Обеспечение сохранности архивных документов на бумажной основе: Методическое пособие / Росархив. ВНИИДАД. М., 2003. 112 с.

6. Шарапова И.С. Методика восстановления целостности документов методом доливки бумажной массой ручным способом на столе с подсветом. URL: <http://art-con.ru/node/5619> [дата обращения: 25.12.2021].

7. [Электронный ресурс] <https://delo-press.ru/journals/documents/sovremennoe-deloproizvodstvo/34692-metody-unichtozheniya-i-voosstanovleniya-bumazhnykh-dokumentov/> [дата обращения: 08.02.2022]

СИСТЕМЫ СЧИСЛЕНИЯ В НАШЕЙ ЖИЗНИ

*Сычев Илья Алексеевич, Сычев Александр Александрович
Научный руководитель – Титанаква Елена Валерьевна,
преподаватель ГБПОУ РХ ЧГСТ, г. Черногорск*

В повседневной жизни мы не задумываемся о системах счисления, хотя применяем их на каждом шагу и не одну, а как минимум пять.

В исследовании поставлена цель – изучить, какие системы счисления мы используем, насколько часто применяем их в повседневной жизни.

Объект исследования - системы счисления.

Предмет исследования – применение систем счисления в обыденной жизни.

Задачи исследования:

1. Проанализировать научно - методическую литературу по теме «Системы счисления»;
2. Определить, какое значение имеют системы счисления в настоящее время и насколько часто.

Методы исследования: изучение научно - методической литературы; анкетирование, опрос, анализ данных.

В зависимости от способа изображения чисел с помощью цифр системы счисления делятся на *позиционные* и *непозиционные*.

Исторически первыми системами счисления были непозиционные системы. Одним из основных их недостатков является трудность записи больших чисел.

Римская система использует для записи чисел следующие цифры I (1), V (5), X (10), L (50), C (100), D (500), M (1000). Кроме того, при записи чисел необходимо учитывать следующие правила:

- Цифры I, X, C, M можно использовать в записи числа не более 3 раз подряд, а V, L, D не более одного раза.
- Если цифра с меньшим значением встречается слева от цифры с большим значением, то из большей цифры вычитается меньшая, в противном случае они складываются.
- Цифры должны записываться только по убыванию этого порядка. Нарушение этого порядка возможна только в соседних цифрах (см. предыдущее правило)

Таким образом, данные правила ограничивают возможное максимальное число, которое можно записать в римской системе счисления. Таким числом является МММСМХСІХ (1000+1000+1000-100+1000-10+100-1+10=3999). Судя по всему, этой величины вполне хватало для практических нужд древних римлян [2].

Римские цифры, применяются в истории для обозначения веков, например, XV, XVI, XVII, XVIII, XIX, XX вв., также римские цифры можно встретить на циферблате часов. Очень часто римские цифры мы видим, когда открываем книги, ими обозначены главы книги или разделы, а также строфы в стихотворениях. Например, в произведении «Евгений Онегин». Как отмечалось выше, римские цифры применяются для обозначения глав книг, исследовательских, курсовых или дипломных. Например, такое обозначение мы можем увидеть в учебниках по различным предметам: по химии, математике, и т. д.

Также римские цифры используют для обозначения наименования и нумерации конференций.

Основание позиционной системы счисления определяет ее название. В вычислительной технике применяются двоичная система, восьмеричная, десятичная и шестнадцатеричная системы. Каждой позиции в числе соответствует позиционный (разрядный) коэффициент или вес.

В настоящее время позиционные системы счисления более широко распространены, чем непозиционные. Это объясняется тем, что они позволяют записывать большие числа с помощью сравнительно небольшого числа знаков. Еще более важное преимущество позиционных систем – это простота и легкость выполнения арифметических операций над числами, записанными в этих системах.

Проведенный опрос среди студентов по поводу удобства использования систем счисления показал, что римская система счисления в нашей повседневной жизни была бы неудобной, мы используем десятичную и не задумываемся, как составлено число, так как с младших классов нас научили называть разряды. Например, называя число сто двадцать девять, мы сразу представляем цифры, стоящие на определённых разрядах.

В наше время работа без компьютера или ноутбука немыслима, они вошли как обязательное средство обработки информации. При работе с информацией, мы не обращаем внимание на то, как это происходит, но исторически при создании ЭВМ, наиболее удобной оказалась двоичная система счисления, т. е. система счисления, в которой используются только две цифры: 0 и 1, так как с технической точкой зрения создать устройство с двумя состояниями проще, также упрощается различение этих состояний. Включая и выключая приборы, выключатели, мы каждый раз обращаемся к этой системе счисления, тем самым при каждом последующем нажатии будет противоположный результат, если свет был включен, то он сменит своё состояние, когда мы меняем положение выключателя и последовательность цифр 0 и 1 будет чередующаяся. А как получить последовательность, например 0111010, на таком же выключателе? Для этого нужен, например отсчет времени, допустим, по часам в первый час свет был выключен, во второй час горел, далее её 2 часа был включен и так далее. То есть мы можем наблюдать разные последовательности чисел одной и той же системы в зависимости от того, что взяли за основу наблюдения. В первом случае это было состояние включено - выключено, во втором примере – это отслеживание во времени данного состояния.

Кому может пригодиться двоичная система счисления? Например, продавцу она позволяет найти набор гирь, с помощью которого можно получить любой вес из гирь в 1 г, 2 г, 4 г, 8 г, 16 г, 32 г и 64 г. Чтобы отвесить 57 г нужно взять, набор гирь 1 г, 8 г, 16 г, 32 г.

На товарах в магазинах можно увидеть штрих-код. Это так называемый универсальный код продукта, он сейчас ставится на всех продаваемых товарах.

Нужен он только для автоматического занесения информации в кассовый аппарат. Сам штрих - код состоит из тридцати чёрных полос переменной толщины, разделённой промежутками тоже переменной толщины. Толщина полос может принимать четыре значения от самой тонкой до самой толстой. Такую же толщину могут иметь и промежутки. Когда по сканеру проводят штрих - кодом, он воспринимает каждую чёрную полосу как последовательность единиц длины от одной до четырёх, и также воспринимает промежутки между полосами, но при этом вместо единиц сканер видит нули. Полностью весь штрих - код сканер воспринимает как последовательность из 95 цифр 0 или 1 (их давно уже принято называть битами). Что же содержит этот код? Он кодирует 13-разрядное десятичное число, совершенно открыто написанное под самим штрих - кодом. Если сканер не смог распознать штрих - код, то это число кассир вводит в аппарат вручную. Штрих - код нужен лишь для облегчения распознавания сканером изображения. Распознавать цифры, к тому же повернутые боком, может только сложная программа распознавания на универсальном компьютере, а не кассовый аппарат.

Какую же информацию содержит это 13-значное число? Первая цифра задаёт тип товара, например, у товаров переменной веса она равна 2. Следующие пять цифр — это код производителя, а следующие пять цифр - код самого продукта в принятой этим производителем кодировке. Последняя цифра - это код проверки. Он однозначно вычисляется по предыдущим 12 цифрам следующим образом. Нужно сложить все цифры с нечётными номерами, утроить сумму, к ней прибавить сумму оставшихся цифр, а полученный результат вычесть из ближайшего (большого) кратного 10 числа.

Не так часто мы используем пятеричную систему счисления как десятичную, так как 5 пальцев на одной и второй руках дают удобство счёта в десятичной системе счисления. Согласно Пифагору, число 5 - это совершенное число человеческого микрокосма. Аристотель также добавил 5-й элемент к 4-м стихиям (огонь, вода, воздух, земля) и назвал его эфиром, что стало основой большинства духовных практик древних алхимиков[4, с. 28].

Число 7 считается самым счастливым числом. Существует 7 дней в неделе, 7 смертных грехов и семь добродетелей, 7 континентов, 7 цветов радуги, 7 музыкальных нот, 7 дней Творения и многое другое.

Десятеричная или десятичная система прочно вошла в нашу жизнь уже очень давно. Эту систему счисления мы начинаем изучать с первого класса, для того, чтобы уметь считать. Этой системой счисления мы везде: оплачиваем наши покупки, платим за газ и за свет. Так можно продолжать бесконечно. Мы просто уже и не мыслим жизни без десятичной системы счисления. В этой системе счисления возможно осуществлять счёт на пальцах. Десятичная система счисления по – другому, называется арабской, хотя это и не совсем справедливо с исторической точки зрения. Ведь она зародилась в Индии, оттуда её «взяли» арабы, а уже у арабов заимствовали европейцы. Если обратить внимание на древнее написание цифр, то можно увидеть, что цифра обозначает число по количеству углов в нём. Для точной идентификации чисел на конвертах используют написание индексов.

Само название поисковой системы Google, на самом деле, является ошибкой слова «googol». А «googol», в свою очередь, является математическим термином, означающим «10 в 100 степени».

Довольно широкое распространение имела двенадцатеричная система счисления. Происхождение двенадцатеричной системы счисления так же связано со счётом на пальцах. Считали фаланги четырёх пальцев без большого, на каждом из которых по 3 числа. Элементы двенадцатеричной системы счисления сохранились до наших дней. В Англии 1 фунт равен 12 дюймам, 1 шиллинг это 12 пенсов. Столовые сервизы на 12 персон, сутки разделены на две части по 12 часов, в году 12 месяцев.

Шести десятеричная система счисления нам встречается, когда мы переводим часы в минуты или наоборот. Мы используем это на спортивных состязаниях для более точного определения результата. Мы до сих пор делим час на 60 минут, минуту на 60 секунд. Окружность делим на 360 градусов, в одном градусе 60 минут и в одной минуте опять 60 секунд.

Если рассмотреть последовательность чисел в следующем порядке:

0, 1, 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21, 34, 55, 89, 144, 233, ..., при которой каждое следующее число равно сумме двух предыдущих чисел. Эти числа были названы в честь итальянского математика Леонардо Пизанского, известного как Фибоначчи, который познакомил Европу с десятичной системой счисления и арабскими цифрами.

Последовательность Фибоначчи наблюдается в природе у растений и животных, в узоре семян подсолнуха, ананасе, сосновой шишке и даже теле человека (один нос, два глаза, три сегмента конечностей, пять пальцев на руке и т.д.).

Итак, наиболее часто встречающиеся и используемые нами в жизни системы счисления – это десятичная (самая распространенная), двоичная (самая простая), семеричная, двенадцатеричная и шестидесятеричная.

Таким образом, можно заключить, что системы счисления имеют большое значение в нашей жизни.

Библиографический список

1. Жолков, и информатика для гуманитариев: Учебник. Изд.3-е, испр. и доп. – М.: Альфа-М.; ИНФРА-М, 2017. – 528 с.
2. Рязановский, . 5-11 кл.: Дополнительные материалы к уроку математики / – 4-е изд., стереотип. – М.: Дрофа, 2018. – 224 с.
3. Энциклопедия для детей Т.11. Математика,- М.: Аванта, 2020. – 688 с.
4. Гашков С.Б. Применение систем счисления. / С.Б. Гашков. – Москва: Издательство Московского центра непрерывного математического образования, 2018. – 54 с.
5. Кубряков Е.А. Элементы теории информации и ее представления в памяти компьютера: учебно-методическое пособие по курсу «Теоретические основы информатики» Е.А. Кубряков. – Воронеж: ВГПУ, 2019. – 71 с.
6. Учителям информатики и математики и их любознательным ученикам / И. Деменев [сайт]. – URL: <http://comp-science.narod.ru/Demenev/files/history.htm>

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ДОКУМЕНТАЦИОННОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ УПРАВЛЕНИЯ

*Оседко Алина Сергеевна
Научный руководитель - Налобина Галина Юрьевна, преподаватель*

Успешное управление любым процессом, предприятием, бизнесом, государственной службой невозможно без использования современных технологий, которые позволяют создавать, хранить, обрабатывать информацию и обеспечивать эффективные способы ее представления, являются важным средством повышения эффективности управления. В связи с этим нами была поставлена цель - изучить возможности использования интернет-технологий в документационном обеспечении управления.

Изучение Профессионального стандарта "Специалист по организационному и документационному обеспечению управления» позволило выявить основные направления деятельности сотрудников службы документационного обеспечения управления: 1) организация работы с документами; 2) организация текущего хранения документов; 3) организация обработки дел для последующего хранения. Для качественного выполнения своих функциональных обязанностей специалисты службы должны уметь работать со всей совокупностью информационно-документационных ресурсов организации, пользоваться базами данных, справочно-правовыми системами, автоматизированными системами учета, регистрации, контроля и информационно-справочными системами при работе с документами организации, осуществлять контроль исполнения поручений руководителя сотрудниками [1].

Основой организации рациональной и оперативной работы по созданию и обработке огромного потока документации в настоящее время стали интернет-технологии, включающие процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, предоставления, распространения информации. При проведении исследования нами были выделены основные виды интернет-технологий: информационные и сервисные.

1. Информационные технологии – это процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, предоставления, распространения информации и способы осуществления таких процессов и методов. Это текстовые редакторы (с их помощью можно осуществить создание, набор, редактирование документов), электронные таблицы (помогают создавать табличные документы и производить расчеты), электронные календари (используются при планировании своего расписания и расписания руководителя, напоминают о запланированной задаче или встрече) и другие программы, которые помогают создавать и обрабатывать документы [2].

2. Сервисные технологии – это различные поисковые системы, которые помогают осуществить быстрый поиск нужной информации. К этим технологиям относятся: электронная почта, которая позволяет передавать письма, сообщения и различные файлы; социальные сети – дают возможность общаться с сотрудниками и осуществить передачу файлов и документов. С помощью сервисных технологий возможно проводить телеконференции, организовывать поездки, бронировать билеты и отели. Новейшей из web-разработок являются браузеры, или обозреватели, с помощью которых можно посещать любой интернет-ресурс в удобной форме [2].

Полезными ресурсами для работника документационного обеспечения управления и архивного дела являются:

- Федеральный сайт Российского архивного агентства, на котором имеется Центральный фондовый каталог – федеральная государственная информационная

система, предоставляющая сведения о составе Архивного фонда РФ, и электронная библиотека. Росархив публикует в электронном виде сборники документов и справочные издания, которые доступны для чтения и скачивания [3].

- сайт Всероссийского научно-исследовательского института документирования и архивного дела (ВНИИДАД), на котором представлены методические рекомендации по организации архивного дела и делопроизводства в России [4].

- сайт EDOU.RU – энциклопедия делопроизводства. Основной задачей данного центра является оказание содействия в решении самых разных вопросов, возникающих в процессе составления, оформления документов, их обработки и хранения в текущей деятельности организации. Позволяет сотрудникам документационного обеспечения управления получить профессиональные знания и повысить уровень своей квалификации в удобном для себя режиме, ознакомиться с методическими материалами, а так же основными нормативными правовыми и нормативно-техническими документами, регламентирующими вопросы делопроизводства и архивного дела [5].

Большую роль в деятельности специалистов сферы документационного обеспечения управления играют справочно-правовые системы «Консультант», «Гарант». Данные системы содержат широкий спектр правовой информации, а также всевозможные функции быстрого поиска документов и отслеживание изменений в законодательстве.

Таким образом, основными возможностями интернет-технологий в документационном обеспечении управления являются: помощь в создании документа (создание бланков, подготовка документа, поиск, хранение, и редактирование текста документа); передача документов на расстояние любому адресату; регистрация документов; контроль над исполнением документов и поручений; перевод текста документов с одного языка на другой; защита документов – от случайного доступа к информации, вирусов; получение необходимой информации для выполнения профессиональных задач; проведение видеоконференций, организация поездок, бронирование билетов и отелей.

Рассмотрев виды и возможности интернет-технологий в документационном обеспечении управления нами сделаны следующие выводы:

- использование интернет-технологий является необходимым условием эффективной работы специалистов службы документационного обеспечения управления, так как деятельность работников этой службы связана с поиском, сбором, хранением, обработкой, документированием и передачей информации;

- выбор интернет-технологий зависит от обязанностей работников службы документационного обеспечения управления, их квалификации, технических и материальных возможностей организации.

Библиографический список

1. Профессиональный стандарт специалиста по документационному обеспечению управления (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 15 июня 2020 г. № 333н) - <https://classinform.ru/profstandarty/07.002-sptcialist-po-organizatcionnomu-i-dokumentatcionnomu-obespecheniiu-upravleniia-organizatsiei.html> (дата обращения 12.01.2022).

2. Балюкина А.А. Информационные ресурсы и сервисы компьютерных сетей. - <https://www.sites.google.com/site/informatikaiiktbaa/kommunikacionnye-tehnologii/nemnogo-istorii> (дата обращения 12.01.2022).

3. Официальный сайт Федерального архивного агентства (Росархива) <https://archives.gov.ru/> (дата обращения 12.01.2022).
4. Сайт Всероссийского научно-исследовательского института документирования и архивного дела - <http://sif.vniidad.ru/> (дата обращения 12.01.2022).
5. Сайт EDOU.RU. Энциклопедия делопроизводства - <https://olimpoks.ru/enc/> (дата обращения 12.01.2022)

ХАКАСИЯ В ТВОРЧЕСТВЕ В. И. СУРИКОВА

*Перепрыгина Настасия Александровна
Научный руководитель - Темерова Татьяна Викторовна, преподаватель
ГБПОУ РХ «Черногорский горно-строительный техникум»
г. Черногорск*

Улицы и проспекты городов и населенных пунктов носят красивые, звучные названия – улица Советская, Ленина, Пушкина. Каждое утро я иду на занятия в техникум по улице, расположенной далеко не в центре города. Эта улица носит имя русского художника Сурикова.

Что мы знаем об известном русском художнике Василии Ивановиче Сурикове? Что он автор таких картин: «Утро стрелецкой казни», «Боярыня Морозова», «Покорение Сибири Ермаком» и многих других. Разве только то, что он родом из Красноярска и там находится Суриковский музей.

«Тот, кто хочет понять Сурикова, должен увидеть Сибирь». Эти слова младшей дочери художника, Елены, можно считать ключом к его творчеству.

А вот о том, что творчество В.И. Сурикова связано с Хакасией известно далеко не всем.

Известно, что Василий Суриков посетил Хакасию четыре раза. Из каждой поездки он привозил большое количество разнообразных этюдов маслом, акварелей и рисунков. Собственных границ у Хакасии в 19 веке не было. Территория современной Хакасии входила в состав Ачинского и Минусинского округов, которые в свою очередь входили в состав Енисейской губернии с центром г. Красноярск. Поэтому речь в исследовательской работе идет о местах, которые находятся на территории Минусинского района и Хакасии.

Василий Иванович Суриков родился в Красноярске 24 января 1848 года в небогатой казачьей семье. В 1862 году он окончил уездное училище и стал работать канцелярским писцом. В 1868 году будущий художник уехал с попутным обозом в Петербург и был принят в число вольнослушателей Академии художеств. Деньги на поездку талантливому юноше дал золотопромышленник и городской голова Красноярска Петр Иванович Кузнецов, который много сделал для Сурикова – он не только платил ему стипендию, но и по-отечески заботился о нем.

Первую поездку в Хакасию Суриков совершил, будучи студентом Академии художеств. Напряженная учеба и сырой петербургский климат сказались на его здоровье – Суриков заболел туберкулезом. Узнав об этом, П.И. Кузнецов пригласил Василия

Ивановича приехать летом в Хакасию на дачу в Узун-Джул. Дача Кузнецова находилась на реке Немир, в одном из живописных уголков Хакасии. Каждый день верхом на лошади Суриков ездил в табун к хакасам пить кумыс.

Два месяца жизни на природе и кумыс – все это благодатно сказалось на его здоровье. Чувствуя прилив физических и творческих сил, Суриков много и плодотворно работал. Одна за другой рождались чудесные акварели.

Портрет «Минусинская татарка» был написан с женщины по имени Ахка (белая кочочка). Ее умный, пронизательный взгляд позволяет догадываться, что автор ощутил своеобразие народа, за которым ему пришлось наблюдать.

Там же, в селе Аскиз, встретился Сурикову и хакасский князь по имени Мурза. В акварели «Мурза» Суриков изображает сухонького старика с пристальным, изучающим взглядом. И хотя в табели о рангах о подобных ему имелось лаконичное указание: «нашим законам не представлено им особых прав», - в наброске проглядывает глубокое национальное достоинство.

Работа Сурикова «Минусинский татарин с пищалью на сошках», хранится в частной коллекции в Париже. Охотник стоит, прицеливаясь из пищали, ствол которой положен на деревянную двуногую подставку. Позади него осёдланная лошадь, привязанная к пню. Изображён охотник в длинной до земли шубе. На поясе висят круглая пороховница и огниво. Много лет спустя точно такие же пищали на подставках и пороховницы Суриков воспроизведёт у казаков дружины Ермака в картине «Покорение Сибири». По этой акварели позднее была сделана линогравюра «Хакас, стреляющий из ружья на сошках».

Давая оценку поездке 1873 года в Хакасию, красноярский искусствовед Л.В. Васильева – Шляпина отмечает: «Но их ценность вовсе не в этюдной, а в портретной направленности. Выделяясь из ряда безликих зарисовок путешественников, протокольно фиксирующих лишь национальные одежды и орнаменты, они изображают людей разного возраста и душевного состояния, увиденных заинтересованным и доброжелательно настроенным взглядом».

Лето 1873 года, проведённое Суриковым в Хакасии, оказалось крайне плодотворным для него, в итоге в папке накопилось 17 акварелей.

Спустя почти двадцать лет Суриков вновь приезжает в Хакасию, но уже не лечиться, а собирать материал для своей будущей картины «Покорение Сибири Ермаком». Зарисовки, сделанные В.И. Суриковым в Хакасии, сыграли важную роль в творчестве художника, так образы воинов хана Кучума сделаны с хакасов, или как их тогда называли минусинских татар.

К тому времени уже не было в живых Петра Ивановича Кузнецова, его благодетеля. Приглашение было получено от его сына - Иннокентия.

«Я теперь живу у Иннокентия Петровича Кузнецова в его даче за Узун-Джулом, пишу этюды татар. Написал порядочное количество». Это строки из письма Сурикова матери. Папка с набросками, эскизами пополнялась каждый день. Художник искал характерные лица, для будущей картины. Именно здесь его ждала большая удача: он нашел своего Ермака! Случайно художник увидел казака, приехавшего в Узун-Джул. Он оказался десятником казачьего полка, стоявшего в Минусинском округе. Суриков сообщает об этом кратко в том же письме от 3 июля 1892 года: «Останусь здесь недели две еще. Нашел тип для Ермака».

Поездка в Хакасию была чрезвычайно удачной. Суриков привез оттуда множество этюдов.

В 1909 году В.И. Суриков с младшей дочерью Еленой приезжал на курорт Шира. Хакасское соленое озеро Шира уже в конце XIX века славилось своими целебными свойствами. Дочь его вела дневник. Отдельные ее впечатления опубликованы Натальей Кончаловской (внучкой художника) в книге «Дар бесценный». Василий Иванович никакого лечения не принимал, с отдыхающими не общался. Интересовали его только татары. «Он приглашал их к себе, Лена угощала их чаем. Суриков ездил к ним в улусы, писал их с натуры».

На этюде «Озеро Шира» на переднем плане изображена деревянная восьмигранная юрта, на крышу которой положены камни.

На портрете 1909 г. изображена молодая женщина в национальном платье синего цвета сидящая со сложенными руками на коленях. Женщина изображена в платке тёмного цвета с красным орнаментом. Две заплетённые косы означают то, что женщина замужняя. В ушах национальные серьги с кисточками. На пальцах девушки – перстни, выполненные из металла серебристого цвета, украшенные цветными камнями. На груди – православный крест. На данном портрете можно просмотреть национальный колорит женского гардероба хакасок.

Первые наброски общей композиции картины «Княгиня Ольга встречает тело Игоря, убитого древлянами» Василий Иванович сделал на озере Шира. «Ольга стоит на берегу в окружении дружинников и плакальщиц, прижав к себе малолетнего сына Святослава и вытянув руку вперед, клянется над телом покойного отомстить за его гибель. Позднее Суриков много раз переделывал эту сцену, но во всех вариантах были использованы этюды, написанные во время поездки на озеро Шира: женские фигуры, сидящие на земле, всадники, держащие коней под уздцы, степные дали».

В результате изучения Хакасского периода в творчестве В.И. Сурикова выявлено, что зарисовки, сделанные Суриковым в Хакасии, сыграли важную роль в творчестве художника

Искусствовед Н. Калеменева считает, что в дневнике дочери Сурикова есть немало интересных подробностей, рассказывающих и о работе художника в этой поездке, и о местных жителях, с которыми он встречался и чьи портреты писал. Некоторые историки и искусствоведы, в том числе П.И. Чебодаев, доктор исторических наук Я.И. Сунчугашев считают, что минусинские этюды явились подготовительным материалом для конкретных произведений В.И. Сурикова. В частности, в картине «Покорение Сибири Ермаком» образы воинов хана Кучума сделаны с зарисовок хакасов. В полотне «Княгиня Ольга встречает тело Игоря, убитого древлянами», художник одел дружину в летние хакасские сапоги с высоким голенищем и заостренным носком.

Имя Василия Ивановича Сурикова носят Московский художественный институт, художественная школа и художественное училище, средняя общеобразовательная школа и сквер в Красноярске. Памятники и бюсты Сурикову установлены в Москве, Санкт-Петербурге и Красноярске. Хотелось бы, что бы и в Абакане появился памятник великому русскому художнику В.И. Сурикову, его имя носили улицы городов и поселков Хакасии.

А насколько интересна и познавательна была бы экскурсия по суриковским местам! Но для того, чтобы такой маршрут появился, нужно глубже исследовать хакасский период творчества художника.

Библиографический список

1. Гор Г., Петров В., Василий Иванович Суриков/ Г.Гор, В.Петров. – М.; Молодая гвардия, 1955. – 222 с.; ил. – (Жизнь замечательных людей).
- 2.Калеменова Н., Художник и человек истинно сибирский/ Н.Калеменова. – Хакасия 2003. – 28 января. – с. 6.
- 3.Калеменова Н., Художник и человек истинно сибирский/ Н.Калеменова. - - Хакасия 2003. – 29 января. – с.6
- 4.Кончаловская Н., Дар бесценный/ Н. Кончаловская. – Красноярское книжное издательство, 1978. – 399 с.; ил.
- 5.Чебодаева М., Первая поездка Сурикова в Хакасию/ М. Чебодаева. – Хакасия 2008. – 23 июля. – с. 4.
- 6.Чебодаев П.И., История Хакасии – учебник по истории для 8-9 кл. средней школы. – Абакан: Хак. издат., 1992 – 156 с.; ил.

ПРАВИЛА РАБОТЫ АРХИВОВ ОРГАНИЗАЦИЙ: ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

*Пыстина Анастасия Павловна, Девяткина Виктория Андреевна
Научный руководитель - Скачкова Наталья Владимировна, преподаватель
ГБПОУ РХ «Хакасский колледж профессиональных технологий,
экономики и сервиса», г. Абакан*

Сегодня невозможно представить какую-либо сферу человеческой деятельности без правового регулирования. Каждое предприятие независимо от сферы деятельности, формы собственности функционирует на основании правовых актов, архивная отрасль не является исключением.

В данной статье авторы проводят сравнительный анализ правил старой и новой редакции, распространяющихся на архивы организаций, выявляют различия и приходят к решению какими из них руководствоваться в практической деятельности.

Традиционно в профессиональном сообществе архивистов основополагающий документ, определяющий архивную технологию в стране, назывался «Основные правила работы».

Первые «Основные правила работы», в которых была предпринята успешная попытка унификации деятельности госархивов, были утверждены Главным архивным управлением при Совете Министров СССР в 1962 году и действовали почти 22 года. Приказом Главархива СССР от 07.12.1983 № 352 были утверждены «Основные правила работы», которые формально сохраняли свою силу вплоть до 2007 года, несмотря на полное изменение социально-экономических отношений в стране. Это беспрецедентный срок стабильности нормативного документа в истории отечественного архивного дела.

В правилах 1962 и 1983 годов речь идет только о государственных архивах, а в 2007 о государственных и муниципальных. Все дело в том, что в советский период архивные учреждения районного уровня находились на правах «младшего товарища» государственных архивов. Они не имели постоянного состава документов, передавали свои фонды в госархивы более высокого ранга и фактически выполняли роль

«промежуточных архивов». Требования к ним были упрощенными и закреплялись в самостоятельных правилах. В постсоветский период районные архивы стали муниципальными с постоянным составом документов и правом вечного (постоянного) хранения архивных документов, отнесенных к муниципальной собственности [7, с. 2].

Смена государственного строя в начале 1990-х годов повлекла неизбежные изменения в организации архивного дела, но новые правила работы архивов организаций появились только в 2002 году.

Разработка правил была направлена в первую очередь на то, чтобы не допустить уничтожения и утрат документов учреждений и наладить их регулярную передачу в Государственный архивный фонд (ГАФ) в упорядоченном состоянии. Устанавливались требования к подготовке и передаче документов в архив учреждения, к их хранению, учету и использованию в архиве учреждения, к отбору документов для государственного хранения и организации их передачи в ГАФ.

Данные правила тоже имеют интересную историю. Первые правила, которые распространялись на учреждения и предприятия появились в 1925 году. Затем в течение ряда лет правила подвергались всевозможным изменениям. Какие-то пункты исключались, какие-то перерабатывались и дополнялись. Например, в 1935 году в редакцию правил было введено понятие главного архива центрального органа, который должен был осуществлять методическое руководство архивами учреждений, а в 1956 году впервые появились разделы, касающиеся работы с документами до передачи на хранение: устанавливался порядок составления номенклатур дел, осуществления экспертизы ценности документов, формирования единиц хранения в делопроизводстве и их оформления перед передачей в архив [4, с. 2].

В 2002 году вышли в свет «Основные правила работы архивов организаций» (М.: Росархив; ВНИИДАД, 2002), необходимость разработки которых обусловлена кардинальными изменениями в области экономики, реформированием управленческих структур, правовых основ архивного дела, а также широким внедрением в сферу управления новых информационных технологий. Правила предназначены были регламентировать работу архивов государственных организаций независимо от масштаба деятельности организаций, их места в управленческих структурах и объемов сохраняемой документации [2].

«Основные правила работы» 2002 г, не смогли стать общеобязательными в связи с отсутствием на тот момент федерального архивного закона (ныне действующий «Об архивном деле в Российской Федерации» он был принят только в 2004 году). Поэтому правила 2002 года так и остались методическим пособием.

В 2010 году в связи с изменениями в нормативной базе отрасли была начата разработка новых правил, работа продлилась до 2015 года.

Несмотря на появление новых правил 2015 года, ряд сотрудников архивов организаций продолжают руководствоваться в работе правилами 2002 года. Чтобы понять, почему правила старой редакции так востребованы и от них не желают отказываться практикующие сотрудники, ответственные за архив организации, авторами был проведен анализ унифицированных форм правил-2002 и правил-2015 года, который показал, что ряд форм в новой редакции правил совсем отсутствует. И если сотрудник назначен руководителем ответственным за архив организации и не имеет знаний и опыта работы в области архивного дела, то может столкнуться с трудностями в оформлении данных по

выдаче дел, регистрации копий, архивных справок, составлении годового плана работы архива, паспорта архива. Были изучены некоторые из унифицированных форм на предмет отличия в содержании. Авторы подробно остановились на рассмотрении листа-заверителя дела и архивной справки.

Например, в новой редакции правил в листе-заверителе дела появилась строчка с № ___ по № __. Вроде бы мелочь, а отличие есть. Данная строка дает информацию о фактическом количестве листов самого дела, а не только общую цифру с учетом листов внутренней описи [3, с. 30].

Что же касается архивной справки, то здесь наиболее информативными являются правила старой редакции, особенно это важно, если сотрудник в первые выполняет работу по подготовке архивной справки по документам организации, но сточки зрения ее оформления стоит придерживаться правил новой редакции, в которых справка заверяется одной подписью руководителя организации и в обязательном порядке указывается исполнитель и его контактный номер телефона [3, с. 54].

В ходе исследования авторы решили изучить объективность применения правил в конкретных организациях Республики Хакасия, Красноярского края и Республики Тыва. Для этого был разработан опросный лист, содержащий всего 6 вопросов с вариантами ответов. В летний период в ходе производственной практики девушки планируют раздать данные опросные листы одноклассникам, чтобы по завершению практики подвести итог и показать объективную картину применения правил. Предварительно прогнозируемый результат опроса авторы видят следующим:

если большая часть респондентов выберет Правила – 2002, то значит, в данной ситуации можно говорить о наличии замечаний в применении унифицированных форм; а также о незнании сотрудника ответственного за архив о наличии новой редакции правил, что говорит о необходимости его обучения (переобучения) по направлению деятельности;

если большая часть респондентов выберет Правила – 2015, то в данном случае можно говорить, о том, что сотрудники компетентны в своей работе и отслеживают нормативно-методические документы в области архивного дела, а значит, выполняют свою работу профессионально и не испытывают трудностей;

если большая часть респондентов выберет Правила-2002 и Правила – 2015, то в данном случае можно предположить, что сотрудники испытывают сложности практической работе, поэтому сравнивают обе редакции правил, анализируют и выбирают приемлемую форму документа.

Поводя итог всему выше изложенному, хотелось бы отметить, что по факту, у нас в настоящее время может быть два рабочих документа: Правила-2015 и Основные правила работы архивов организаций, 2002. Да, у правил совершенно разный статус: Правила-2015 – нормативный документ. Он обязателен для всех организаций, независимо от сферы их деятельности и формы собственности. Он утвержден приказом Министерства культуры [5, с. 1].

Основные правила 2002 – методический документ. Применять его необязательно, хотя в этом случае создание архива в организации представляется очень затруднительным. Основные правила всего лишь одобрены решением Коллегии Росархива, а значит, их статус намного ниже, чем у Правил-2015.

Значимость исследования состоит в том, что оно содержит актуальные сведения об изменениях в правилах работы архивов организаций, а также ряд рекомендаций, которые

могут быть использованы в практической деятельности сотрудниками архивов организаций, а также студентами в качестве практической базы на занятиях по специальности 46.02.01 Документационное обеспечение управления и архивоведение.

Библиографический список

1. Федеральный закон «Об архивном деле в Российской Федерации» от 22.10.2004 № 125-ФЗ» (ред. от 11.06.2021 № 170-ФЗ).
2. Основные Правила работы архивов организаций (одобрены решением Коллегии Росархива от 06.02.2002).
3. Правила организации хранения, комплектования, учета и использования документов архивного фонда Российской Федерации и других архивных документов в органах государственной власти, органах местного самоуправления и организациях (утв. Приказом Минкультуры России от 31.03.2015 N 526).
4. Ларин М. В., Наумов О. В. О Правилах работы с архивными документами в органах государственной власти, местного самоуправления и организациях / М. В. Ларин// Отечественные архивы. 2015. № 5. С.3–8. Храмцовская Н. «Утверждены новые Правила организации хранения архивных документов в органах государственной власти, и организациях» http://rusrim.blogspot.ru/2015/09/blog-post_59.html
5. Метлицкая, А. С. Правовое регулирование деятельности архива организации / А. С. Метлицкая. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 5 (109). — С. 501-504. — URL: <https://moluch.ru/archive/109/26565/> (дата обращения: 13.02.2022).
6. [Электронный ресурс] // URL:<https://delo-press.ru> [дата обращения 01.02.2022]
7. Российский журнал «ВЕСТНИК АРХИВИСТА» [Электронный ресурс] // URL <https://www.vestarchive.ru> [дата обращения 01.02.2022].

ПРИМЕНЕНИЕ ПРОЕКТНОГО МЕТОДА В РАМКАХ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРИЕМА НА РАБОТУ В МИНИСТЕРСТВО ВНУТРЕННИХ ДЕЛ РОССИИ ПО РЕСПУБЛИКЕ ХАКАСИЯ

*Хомова Елизавета Николаевна
Научный руководитель – Хромина Татьяна Тимофеевна,
преподаватель ГБПОУ РХ «Хакасский колледж профессиональных технологий,
экономики и сервиса», г. Абакан*

В статье представлен опыт применения метода проектов в исследовательской деятельности на примере учреждения студентом специальности 46.02.01 Документационное обеспечение управления и архивоведение. При руководстве проектной деятельностью студентов трудностью для педагога является то, что нет одинаковых рекомендаций, позволяющих дать сразу решение проблем в ведении документации в организации, так как исследовательские работы – это работы, выполненные с помощью получения экспериментального материала, на основании которого делается анализ и выводы о характере исследуемого явления.

Работа над проектом проходит следующим образом. Студент сам выбирает тему исследования и учреждение, на примере которого хочет провести анализ. С научным

руководителем обсуждается план работы над проектом с точным графиком выполнения. Получает материал в учреждении студент самостоятельно.

Для достижения поставленных целей студент использует методы исследования: системный подход, системный анализ, аналитический метод личного наблюдения, беседа. Положительным моментом является то, что имеется личная заинтересованность студента в получении результата.

Исследование особенностей приема сотрудников в МВД России по Республике Хакасия проведено студентом – будущим специалистом кадровой службы.

Многие люди считают работу в полиции престижной, перспективной работой с возможностью карьерного и морального роста. Сотрудники этой профессии получают хороший социальный пакет, а также возможность увидеть другую сторону нашего мира. Но трудоустройство на эту работу - дело не из легких.

Подбор персонала важная составляющая в успехе работы любого учреждения, а особенно в работе МВД, так как от их работы зависит безопасность и спокойствие граждан нашей страны. Всем этим занимается отдел кадров, где руководителем является начальник отдела кадров. При исследовании выяснено, что не на все должности требуется юридическое образование – все зависит от того какую должность желает занять гражданин. Например, иногда требуется экономическое (бухгалтерское) или педагогическое (инспектор по делам несовершеннолетних) образование.

Кроме этого, в полицию могут устраиваться не только представители мужского пола, а также и женского. Девушки имеют ровно такие же возможности на поступление, что и юноши. Различия есть только в требованиях к уровню физической подготовки – для девушек они более мягкие. Например, забег у парней выполняется на дистанции 3000 метров, а у девушек в три раза меньше – 1000 метров.

Девушки могут устроиться в правоохранительные органы и с дипломами других ВУЗов, однако для продвижения по карьерной лестнице высшее юридическое образование необходимо. Также есть люди, которым могут отказать при трудоустройстве на данную профессию. Для этого можно не пройти по результатам медицинского обследования, не набрать достаточное количество баллов или не пройти психологический отбор.

Кроме этого рассмотрены требования, которые предъявляют к кандидатам для поступления в учебное заведение МВД.

п/п	Критерии	Требования
1	Образование	- выпускник одиннадцатого класса должен иметь аттестат о среднем общем образовании; - если же ученик ушел после девятого класса и поступил в колледж, то нужно предоставить документ об окончании данного заведения.
2	Уровень физической подготовки	Заведение МВД устанавливает свои внутренние экзамены, чтобы определить физическую подготовку абитуриента
3	Медицинский осмотр	Необходима справка о состоянии здоровья по форме 086у.

4	Психологическая пригодность	Оценивается психическое здоровье кандидатов для службы в систему органов внутренних дел
5	Наркологическое обследование	Результаты теста должны быть отрицательны по всем критериям
6	Требования к экзаменам	Выпускникам рекомендуется успешно сдать единый государственный экзамен. Набор предметов зависит от факультета, обязательно – русский язык, математика (база или профиль). Чаще всего требуется обществознание, история.

Кроме этого изучен алгоритм трудоустройства в правоохранительные органы. Само трудоустройство в органы правопорядка происходит по следующему алгоритму:

- обращение соискателя в отдел кадров того структурного отдела, где гражданин планирует получить работу;
- предоставление пакета документов;
- прохождение всех тестов и освидетельствований (военная врачебная комиссия, психофизиологическое обследование, в том числе и наркологическое (выявление принятия наркотических, психотропных веществ), оценка степени физической подготовки).

Ниже дана пошаговая инструкция для сотрудника отдела кадров.

Этапы	Действия специалиста по кадрам
Шаг 1	получить от выбранного кандидата необходимые документы
Шаг 2	ознакомить новичка с локальными актами, регламентирующими работу персонала, начисление и выплату зарплату и т.д.
Шаг 3	оформить трудовой договор
Шаг 4	оформить приказ о приеме на работу
Шаг 5	внести запись в трудовую книжку
Шаг 6	оформить личную карточку
Шаг 7	сдать отчет СЗВ-ТД в ПФР

Этапы оформления сотрудника на службу

Подача анкеты	Для анкеты соискателей предусмотрен стандартный формат. Образец вы можете получить в отделе кадров местного подразделения Министерства внутренних дел.
Психологическое испытание	Оно включает тестирование, состоящее из десятков вопросов и личную беседу. Задача – оценить адекватность кандидата, его психологическую устойчивость и стабильность.
Медицинский осмотр	Призван дать объективную оценку состояние здоровья соискателя. В полиции мало исключительно бумажной работы. Любой сотрудник может в один момент приказом командования перейти на более активный участок. Так что быть здоровым физически обязательно.

Испытание навыков вождения	Практический тест, который зачастую требуют сдавать, даже если у вас есть права на управление транспортным средством.
Проверка на полиграфе	Это последний шаг перед встречей с непосредственным начальством. Надо готовиться на практике подтвердить чистоту своих намерений. Провокационные вопросы неизбежны. Если у вас есть, что скрывать, даже мелкие нарушения закона, этот этап может стать последним.
Собеседование в МВД	Этот шаг завершает цепочку испытаний. Кандидат встречается с руководителем своего подразделения. Разговор происходит по итогам прошедших этапов, а также могут быть заданы любые вопросы, которые интересуют начальство в дополнение.
Последний этап	Будет носить название «идеологический» характер. Здесь начальник будет задавать вопросы насчет готовности служить на благо общества, получать ранения или жертвовать своей жизнью ради спасения других.

Рассмотрены основные минусы и плюсы данной специфики работы. Положительные стороны описаны выше в статье. Основная – это высокая востребованность профессии. К минусам следует отнести: высокий риск для жизни и здоровья, приходится много общаться с нарушителями правопорядка, а это всегда большая психологическая нагрузка. Кроме этого, ненормированный рабочий график, необходимость постоянно поддерживать себя в форме, так как без этого будет трудно работать. Для продвижения по карьере или более углублённого развития в каких-либо направлениях в структурах МВД РФ необходимо получить высшее образование.

Таким образом, автором курсовой работы выполнено исследование как устроиться в правоохранительные органы, достоинства и недостатки работы в данном учреждении, выбраны какие ВУЗы необходимы для карьерного роста и другое.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования разработанных рекомендаций по исследованию процесса приема на работу в учреждения МВД.

Библиографический список

1. Собеседование при приеме на работу [Электронный ресурс] // URL: <https://dianadaver.com/sobesedovanie-pri-prieme-na-rabotu-v-politsiyu.ru/> [дата обращения 25.10.2021].
2. Организация документационного обеспечения управления в органах внутренних дел [Электронный ресурс] // URL: <http://intjournal.ru/wpcontent/uploads/2020/02/Zvonareva.pdf> [дата обращения 30.10.2021].
3. Быкова Т.А., Кузнецова Т.В., Санкина Л.В. Документационное обеспечение управления. Делопроизводство. М.: Инфра-М, 2018. - 304 с.

ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД В УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТА – ДОКУМЕНТОВЕДА

Сотниченко Елена

*Научный руководитель - Хромина Татьяна Тимофеевна,
преподаватель ГБПОУ РХ «Хакасский колледж профессиональных технологий,
экономики и сервиса, г. Абакан*

Основа существования любого предприятия – это документы. Документовед и есть тот специалист, который обеспечивает порядок в бумагах и помогает мобильной работе организации. Это специалист, который знает все о документах и о работе с ними. Главное в его работе – составление и оформление деловых бумаг.

Преподаватель на специальности 46.02.01 Документационное обеспечение управления при написании исследовательской работы со студентами использует практико-ориентированный подход, который позволяет выполнить анализ оформления внутренних документов. Студент выбирает тему и проводит исследование на примере конкретного предприятия.

Выбранная тема исследовательской работы актуальна, так как каждая организация в процессе своей деятельности создает массу различных документов для решения своих внутренних проблем. Внутренние документы никогда не покидают пределы организации, они составляются, исполняются и хранятся в рамках данной организации. К таким внутренним документам можно отнести инструкции, правила, докладные и объяснительные записки, другие документы.

Цель работы – исследовать организацию прохождения внутренних документов на примере докладной записки в МДОБУ «Детский сад», а также внести рациональные предложения по ее совершенствованию. Исходя из поставленной цели предстоит решить следующие задачи:

- изучить литературу по исследуемой теме;
- дать понятие и виды внутренних документов;
- рассмотреть организацию рассмотрения внутренних документов;
- представить краткую характеристику МДОБУ «Детский сад»;
- выполнить анализ оформления докладной записки;
- сформулировать предложения по совершенствованию делопроизводства.

Докладные записки в МДОБУ «Детский сад» города Минусинска по содержанию и способам оформления бывают двух видов: внешние и внутренние. При исследовании в МДОБУ «Детский сад» выяснено, что внешние докладные записки оформляются на бланке и подписаны заведующей детского сада. Внутренние докладные записки оформляются на обычном листе бумаги формата А 4 и исходят от сотрудника данного садика, чтобы сообщить о нарушениях работников: опозданиях, нарушениях режима труда и отдыха, о невыполнении должностных обязанностей или вносить предложения, направленные на улучшение деятельности организации.

При исследовании выяснены пошаговые действия работы с внутренней докладной запиской в МДОБУ «Детский сад» города Минусинска:

- составление докладной записки сотрудником на имя заведующей;
- регистрация докладной записки делопроизводителем;
- передача документа заведующей детского сада для рассмотрения.

При рассмотрении докладной записки заведующая детского садика проставляет резолюцию для исполнения. Делопроизводитель данные резолюции заносит в Журнал регистрации докладных записок. Следующий этап: докладная записка с указанием принятого решения передается исполнителю и должна произойти реализация заданий, указанных на докладной записке. Затем проводится контроль над их исполнением. После исполнения - подшивка образовавшихся в ходе этого бумаг в Дело.

Студенткой проведен анализ оформления действующей докладной записки. При исследовании необходимо разделить документ на три части: заголовочную, основную и оформляющую. Автором исследования проведен подробный анализ каждой его части. Отмечаются недочеты в оформлении реквизитов, делается вывод.

Затем предлагаются рекомендации по совершенствованию делопроизводства: усовершенствовать оформление докладной записки с учетом ГОСТ Р 7.0.97 – 2016 и разработать шаблон-образец данного документа.

Исходя из указанных рекомендаций автором исследования усовершенствована докладная записка с учетом оформления реквизитов ГОСТ Р 7.0.97 – 2016 и разработан шаблон докладной записки. Разработка шаблона-образца докладной записки необходима для экономии времени делопроизводителя и правильного оформления документа с учетом ГОСТ Р 7.0.97 – 2016.

В связи с этим, можно сказать, что от того, как налажена работа с ведением и учетом докладных записок, во многом зависят оперативность и качество принимаемых решений, эффективность их выполнения и деятельности учреждения в целом.

Таким образом, в будущем работа документоведа не утратит своей значимости. Специалисты в этой области всегда будут сопровождать процесс управления. Всегда будут цениться такие качества, как внимательность, аккуратность и усидчивость людей, работающих с деловыми бумагами.

Библиографический список

1. Быкова Т.А., Кузнецова Т.В., Санкина Л.В. Документационное обеспечение управления. Делопроизводство. М.: Инфра-М, 2018. - 304 с.
2. Галахов В.В. Секретарь-референт высокой квалификации. – М.: Академия, 2019.- 240 с.
3. Инновации в профессиональном образовании и обучении. Завгородняя А.В., Борисова Г. В., Архангельская С. В. – М., 2004.
4. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования: Учеб. пособие для студентов пед. вузов и системы повышения квалификации пед. кадров /Под ред. Е.С.Полат. – М.: Академия, 2008. – 272 с.

ШОКОЛАДНАЯ ТЕРАПИЯ

Толмашов Денис Владимирович
Научный руководитель - Ченкова Эльвира Федоровна, преподаватель
ГБПОУ РХ «Профессиональное училище № 18», с. Аскиз

Данную тему для исследования выбрали потому, что среди студентов одним из любимых лакомств является шоколад. Большой ассортимент плиточных шоколадов в магазинах, заставляет сделать непростой выбор перед покупкой. Как правило, студенты приобретают лакомства более по доступным ценам и еще которое чаще рекламируют по TV, да чтоб массой было больше. А вот по качеству и полезности большинство студентов не задумываются. Поэтому, решили разобраться в этом вопросе. Нужно ли ограничивать употребление шоколада, какую пользу приносит шоколад и какие виды шоколада полезны.

Для исследования мы выбрали три сорта шоколада, которые часто покупаемые студентами: горький шоколад «Бабаевский», молочный пористый шоколад «Спартак», шоколад «Аленка».

Рассмотрим основной состав шоколада (см. Таблица 1).

Из таблицы видно, что содержание какао больше в горьком шоколаде почти 60% и соответственно обладает солоноватым и горьковатым вкусом. У других видов шоколада содержание какао меньше и содержание сахара больше.

Опыт №1. Как проверить шоколад "на полезность".

Сравним содержание какао: шоколад «Аленка» - 25-30% , шоколад «Спартак»- 40-45%, шоколад «Бабаевский» - 45-60% .

Польза какао доказано многими исследованиями, что содержит антиоксиданты, снижает кровяное давление, уменьшает риск сердечно-сосудистых заболеваний и улучшает функции мозга. К тому же поднимает настроение и полезно тем, кто контролирует вес.

Вывод: шоколад белый «Спартак» и «Аленка» являются наименее полезными, а горький сорт шоколада «Бабаевский» лидирует по изученному показателю и являются наиболее полезным для организма.

Опыт № 2. Определение качества «шоколадной плитки».

В трех пробирках помещают разных марок по 5 г. шоколадных плиток и нагревают на водяной бане до окончания плавления. Термометром определяют температуру плавления образца: шоколад «Аленка» - 62градусов , шоколад «Спартак»- 64 градуса, шоколад «Бабаевский» - 67градусов.

Вывод: Чем меньше температура плавления, тем больше растительных жиров и меньше масла какао бобов. Лучший состав у шоколада темного «Бабаевского».

Я провел социологический опрос в своей группе, в котором обучаюсь.(1 курс, группа 11А).

Ребята ответили на вопросы:

1. Как часто вы употребляете шоколад?
2. Как влияет шоколад на Ваше настроение?
3. Как вы считаете полезен ли шоколад для человека?
4. Какой шоколад предпочитаете? (см. Приложение 2)

Изучив информацию из разных литературных и интернет-источников, мы пришли к выводу, что польза от употребления шоколада превосходит его описанное вредное воздействие, если употреблять «сладкое лакомство» в меру.

Общие выводы:

- Шоколад в умеренных количествах оказывает положительное влияние на здоровье человека.
- Большинство школьников, употребляющих шоколад, не знают какое влияние, он оказывает на организм человека.
- Шоколад стимулирует выброс так называемых гормонов счастья - эндорфинов.
- Содержит антиоксиданты, помогающие сохранить здоровье сердца и сосудов.
- Оказывает бодрящее воздействие, хотя содержит меньше кофеина, чем кофе.
- Из исследованных образцов шоколадом наибольшее содержание какао-бобов отмечается в тёмных и горьких сортах шоколада, которые и являются наиболее полезными.

Рекомендации

- Во избежание аллергических реакций лучше использовать натуральный шоколад без добавок.
- Для быстрого пополнения организма небольшой порцией энергии (например, во время экзамена) эффективно съесть несколько кусочков шоколада, содержащего большое количество сахара. Лучше всего для этой цели подходит молочный шоколад.
- Если у вас депрессия или просто плохое настроение, полакомьтесь тёмным шоколадом и вскоре заметите, что в жизни есть прекрасные минуты радости!
- В заключение нашей работы мы ещё раз хотим подчеркнуть, что умеренное употребление шоколада благотворно влияет на здоровье и настроение человека.

Желаем всем крепкого здоровья и хорошего настроения!

Библиографический список

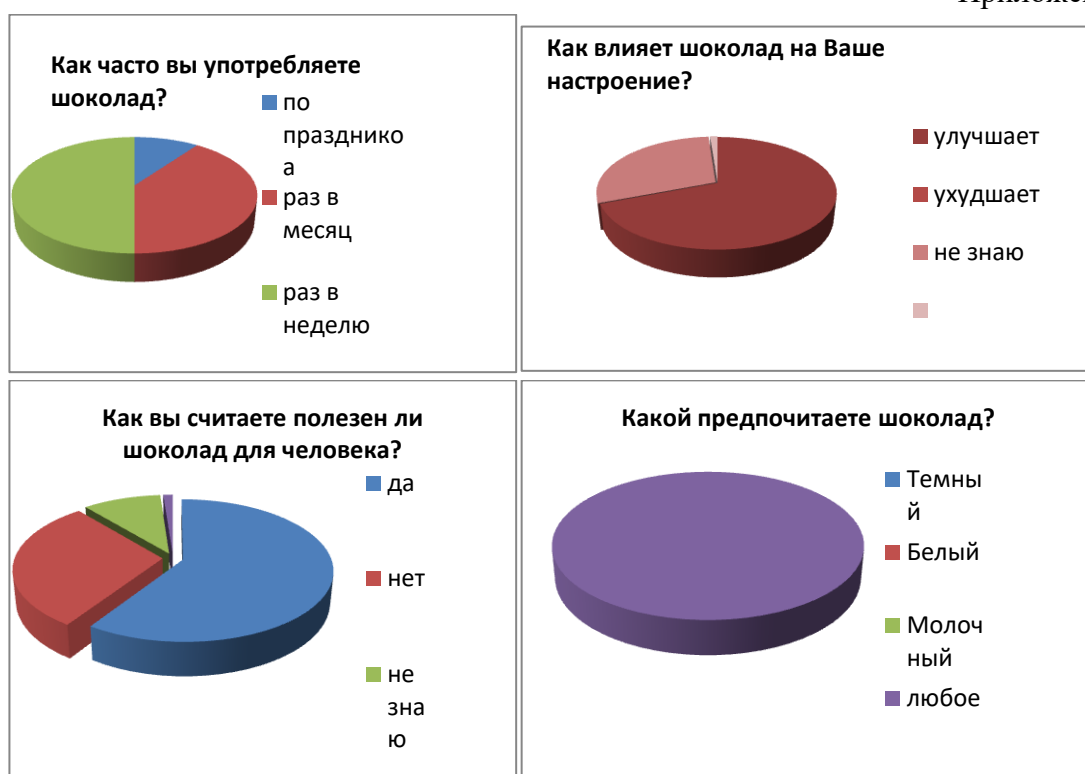
1. Коннашкова И.П. Шоколад: вред или польза? – М.: Крук, 2007. -107 с.
2. Коркунов А., Сучкова Е. Шоколад. Наслаждение вкусом. - Издательство Экс-мо. 2008. -211 с.
3. Яковшин Л. А. Химические опыты с шоколадом // Научно-методический журнал «Химия в школе». – 2006. - № 8. С.73-75.
4. http://chocolatery.net/keep_choco/

Таблица 1

Состав, пищевые ценности.	Горький шоколад «Бабаевский»	Молочный пористый шоколад«Спартак»	Молочный шоколад «Аленка»
	Сахар, какао тертое, какао порошок, ядро ореха миндаля тертое арахис, фундук Эмульгаторы: соевый лецитин Е476, коньяк, вода питьевая, чай. Ароматизаторы: ваниль, миндаль	Сахарная пудра, какао масло, сухое молоко, какао тертое, орехи арахис. Эмульгаторы:соевый лецитин. Ароматизатор: ваниль.	Сахар, какао масло, сухое цельное молоко, какао тертое арахис орех фундук, миндаль. Эмульгаторы:соевый лецитин, Е 476. Ароматизаторы:ваниль.

Какао- порошок	58,5%	37%	25%
белки	8,5г	7г	8,0г
жиры	35,0г	38г	35г
углеводы	42г	51г	52,0г
Энергетическая ценность	2230кДж(540ккал)	2350кДж(560ккал)	2330кДж(560ккал)

Приложение 2



ФОНТАН – КАК МОДНЫЙ ЭЛЕМЕНТ БЛАГОУСТРОЙСТВА ТЕРРИТОРИИ

*Даньшин Матвей Сергеевич,
Коньшев Эдуард Игоревич,
Семкив Алексей Алексеевич*

*Научные руководители – Конусова Надежда Васильевна, мастер
производственного обучения*

*Васильева Наталья Александровна, преподаватель
ГБПОУ РХ «Техникум коммунального хозяйства и сервиса», г. Абакан*

Учебные заведения высшего и среднего профессионального образования являются частью планировочной структуры города, организуясь в специализированные территориальные комплексы, обособленно от жилой и промышленной застройки.

Учреждение среднего профессионального образования (техникум) – это второй дом для каждого студента. Планировка территории ГБПОУ РХ «ТКХиС» состоит из: основное здание, здание мастерских, спортивная площадка, элементы малых архитектурных форм,

цветники, посадки деревьев. Структура территории техникума всегда в поле зрения студентов, родителей и преподавателей.

Территория техникума является территорией строго ограниченного пользования, имеют специальную пропускную систему для въездов автотранспорта и проходные для посетителей.

Благоустройства и планировка территории техникума – это не только часть образовательной среды, в которой протекает процесс социализации, воспитания и развития личности студента, а также место для отдыха студентов во время перемен до и после занятий, а также для занятий спортом и проведением уроков физкультуры на улице и отдыха проживающих в общежитии. В связи этим эта проблема стала актуальной на данный период.

По данным социологического опроса, проведенного среди студентов ТКХиС на вопрос: «Что бы Вам хотелось добавить в рамках благоустройства территории техникума?», большинство опрошенных респондентов ответили- элемент малой архитектурной формы - фонтан.

Благоустройство территории ТКХиС видоизменялась с момента его образования, но последние колоссальные изменения приходятся на 2012-2021 годы. Парадная зона территории состоит из двух частей: первая представлена парковой зоной, вторая – официальной студенческой площадкой.

Парадная зона территории решается в эклектическом стиле, так как изначально концепция проекта была задумана еще в 2012 году, и предполагается сохранить уже имеющиеся на территории декоративные растения, элементы МАФ. Так, на одном участке композиционно соединились несколько архитектурно-планировочных стилей. Центром композиции, является цветник и элемент МАФ – глобус. С учетом результата опроса было решено добавить – к данной композиции – фонтан.

Цель нашей работы: создание макета фонтана по эскизу.

Для этого нам предстоит изучить виды фонтанов, принцип работы.

Для достижения поставленной цели определили следующие задачи:

1. Ознакомиться со специальной и технической литературой по фонтанам.
2. Определить оптимальный вид фонтана.
3. Выполнить макет.

Среди студентов был проведен конкурс на лучший дизайн-проект фонтана. Выбрали самый оптимальный, подходящий для территории нашего ТКХиС.

Фонтан – это природное или искусственное явление, представляющее собой истечение жидкости струей вертикально вверх или с небольшим уклоном в сторону, что вызвано в результате на нее давление.

На сегодняшний день фонтаны можно подразделить на виды:

Комнатные фонтаны, предназначенные для помещения (дома, офиса);

Уличные фонтаны отличаются от домашних своими размерами, материалом и принципом работы.

По формам:

они могут различаться струями – по мощности, высоте, оформлению – скульптурному и архитектурному – по технической сложности.

По типам:

с галькой, с жерновым камнем, фонтан-родник, из одной водной струи, многоструйный, с одной чашей, из нескольких чаш с переливом воды, с использованием скульптур, с разбрызгивателем

Используя различные виды форсунок, можно создать удивительные рисунки движения воды. Ведь у всех форсунок – разные назначения: давать ли плавную или прерывистую струю, высокую или низкую.

Типы форсунок: «одиночный» - мелкие вертикальные струи с выбросом воды на определенную высоту; «ярусный» - мелкие вертикальные струи с выбросом воды на разную высоту и формирующие при этом несколько ярусов; «вертушка» - несколько спиралевидных потоков, образующихся при вращении струей воды; «водяная струя» - выброс воды, производящийся горизонтально из отверстия в декорированной стене на определенном расстоянии от поверхности земли (водоема, пола и т. п.); «рыбий хвост» - несколько вертикальных струй, расходящихся веером и образующих почти сплошную ниспадающую стену; «гейзер» - струя воды с большим количеством воздушных пузырьков; «тюльпан» - поток воды, поднимающийся под напором, формирующий воронку, расширяющуюся сверху, и ниспадающий по кругу, при этом образуя тонкий водяной купол;

«кольцо» - вертикальный выброс воды из отверстий, расположенных по окружности, на одинаковую высоту; «полушарие» - струйки воды, выбрасываемые из большого количества трубочек форсунки-шарика и образующие полушарие; «колокол» - тонкий водяной купол, образующийся из ниспадающей воды, вытекающей из верхней, части форсунки, имеющей форму диска; «Тиффани» - «колокол», из-под купола которого выбрасываются струи воды одинаковой высоты, создавая изящный рисунок, т. к. под куполом распылитель имеет несколько отверстий.

Комбинируя различные типы фонтанов и виды распылителей, можно создать удивительное их сочетание по красоте и внешнему виду. Наиболее часто используются простые классические формы.

Способы водоснабжения бывают различными.

При использовании способа с рециркуляцией воды, в емкость дополнительно добавляют некоторое количество воды с расчетом на ветровой унос, средний расход в сутки которого составляет 0,5-2%, а испаряется - 0,5-1%. При скорости ветра более 2 м/с. происходит снос капель диаметром до 0,5 мм, при скорости 17 м/с. - диаметром до 3 мм. Чтобы снизить унос капель и, следовательно, расход воды, проектируют чашу фонтана таким образом, чтобы унос происходил в ее пределах.

Следует выбрать насос для фонтана, что является достаточно ответственной процедурой. Различаются две его разновидности: погружной и поверхностный.

Погружной используется в тех случаях, когда фонтан расположен в водоеме, а насос установлен на дне и вне воды не применяется. Такой насос имеет несколько преимуществ: он абсолютно бесшумен, не требует предварительного заполнения и сложной установки. К тому же существуют недорогие модели с небольшой и средней производительностью, а также низковольтные модели, наиболее часто используемые для маленьких фонтанов и водопадов.

Поверхностный насос в воде не работает, поэтому устанавливается на суше. Доступность в обслуживании - его основное преимущество: с ним без труда может справиться любой человек даже без специальной подготовки.

Выбранный по архитектурному решению фонтан представляет собой:

- Бетонный аквариум (0.5/0.3/0.3м.), входящий на 0.2м. в землю (0.1м. над землёй можно украсить камнями);
- Верхний элемент в виде шестеренки символизирующий эмблему техникума с использованием «парящего эффекта» - левитацию с неиссякаемым запасом воды устойчиво зависшим в воздухе;
- Труба (эта труба служит как в качестве опоры, так и подает непрерывный поток воды в фонтан, вода устремляется вверх по прозрачной трубке и сразу выливается обратно в бассейн, плотный и непрозрачный водяной столб идеально маскируют крепление);
- Подсветка как в летнее, так и в зимнее времена года;
- Электрический насос на батарейках, вставленный через специальные отверстия в него (состоит из коробки с электрическим оборудованием и батарейками, из которой выходит два соединенных между собой шланга – в один качается вода из фонтана, а из другого вода выливается обратно в фонтан через раструб) и входящий в землю так же, как и аквариум на 0.2м; раструб (может быть сделан из шланга с опорой).

Чтобы такой фонтан работал нужно всего лишь налить воду в аквариум и включить насос посредством батареек или аккумулятора. Так как фонтан с замкнутым циклом циркуляции воды (вода из аквариума высасывается первым шлангом насоса, затем через второй вода выливается в раструб, через который в виде фонтана выливается снова в аквариум), он может работать (учитывая испарение воды) весь день без её долива.

Библиографический список

1. Городничева В. Видео. Фонтан своими руками. Интернет
2. История фонтанов [Электронный ресурс]. URL: http://www.mako.ru/?show_aux_page=361
3. Трубчевск. Информационный портал [Электронный ресурс]. URL: http://trubchevsk.pro/index.php?option=com_phocagallery&view=category&id=37.-xx-&itemid=5

НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ В 2022 ГОДУ

*Арефьева Валерия Александровна
Научный руководитель – Гиренко Наталья Валерьевна, преподаватель
ГБПОУ РХ «Хакасский колледж профессиональных технологий,
экономики и сервиса», г. Абакан*

Одной из наиболее активных форм экономики страны является предпринимательская деятельность, которая стала катализатором для разработки инновационных решений. Одним из видов предпринимательской деятельности является малый бизнес, который опирается на деятельность небольших независимых фирм.

Сегодня малый бизнес на 96% состоит из микропредприятий. В нем работает примерно 7,5 млн человек, и это люди которые действительно живут сегодняшним днем. У них нет большой финансовой подушки, а из-за высокой загруженности у них нет

возможности планировать развитие и оценивать долгосрочные перспективы. В Торгово-промышленной палате РФ говорят, что коронокризис обострил проблемы предпринимателей. Падение выручки, спроса и урезание расходов на зарплаты — нормальная ситуация для экономики и бизнеса.

Основной проблемой предпринимателей в 2021 году был низкий потребительский спрос. Причинами этому могли служить меры против распространения коронавируса, которые оказывают влияние на посещение людьми различных общественных мест, их доходы, сниженные вследствие экономического кризиса и неготовность тратить бездумно, из-за приближающейся новой эпидемиологической волны. Оказать стимулирующее воздействие способно только государство с разработкой и реализацией новых мер поддержки малого бизнеса. Все вышеназванное обуславливает актуальность темы данного исследования.

Целью исследовательской работы является изучение направлений государственной поддержки малого бизнеса в России в 2022 году.

Для достижения цели были поставлены задачи: раскрыть проблемы малого бизнеса; выявить условия государственной поддержки; провести анализ направлений государственной поддержки малого бизнеса в России.

Объектом исследования является один из видов предпринимательской деятельности - малый бизнес. Предмет исследования – анализ направлений государственной поддержки малого бизнеса в России в 2022 году.

Методы исследования – анализ информационных источников, материалов Интернета, наблюдение за деятельностью индивидуальных предпринимателей.

Практической значимостью является то, что информация, изложенная в данной работе, может быть полезной для студентов колледжа, поможет лучше адаптироваться к условиям рыночной экономики.

Изучая государственную политику в отношении частных предпринимателей, можно отметить, что действующие программы финансовой и нематериальной поддержки ориентированы преимущественно на представителей малого и среднего бизнеса (МСП).

В результате исследования было выявлено, что на получение помощи от государства в 2022 году могут претендовать исключительно указанные субъекты предпринимательства при условии, что они соответствуют некоторым дополнительным требованиям:

1. Срок существования — не более двух лет.
2. Субъект МСП зарегистрирован в налоговой службе.
3. У предприятия нет задолженности по налоговым и фондовым отчислениям.

Средства распределяются между соискателями неравномерно: чтобы повысить вероятность успеха в привлечении стороннего финансирования, предприниматель должен работать в одном из приоритетных на сегодняшний день направлений: производство товаров первой необходимости; услуги экологического туризма; различные направления народного творчества; агропромышленный сектор; жилищно-коммунальное хозяйство; социальное предпринимательство; научно-техническая сфера [1].

Программы государственной поддержки предпринимательской деятельности 2022 года реализуются на разных административных уровнях.

Прямая финансовая помощь

1. Субсидии.

При субсидировании средства в рамках программы поддержки малого бизнеса 2022 года выдаются предпринимателю безвозмездно. В иных случаях речь идет о льготных кредитах и займах, предоставляемых на длительный срок по сниженной процентной ставке. Тем не менее, любые формы финансирования имеют оговоренное целевое назначение и сопровождаются документальной отчетностью по установленной форме. Так, деньги можно израсходовать на:

1. Аренду помещения или земельного участка.
 2. Закупку основных средств.
 3. Приобретение сырья и расходных материалов.
 4. Покупку производственного оборудования.
2. *Гранты.*

Данный вид финансирования доступен не только для бизнесменов, приступающих к регистрации своего первого предприятия, но и для тех, кто занимается коммерческой деятельностью не более двух лет.

Местные власти в начале каждого года уточняют перечень приоритетных видов деятельности. Чаще всего предпочтительными становятся научные разработки (30% от общей суммы финансирования), проекты с высокой социальной значимостью (30%), производство и агропромышленный сектор (20%), а также торговля (12%). В соответствии с законодательством гранты не могут получить предприятия, производящие подакцизные товары, работающие с недвижимостью или инвестициями, добывающие полезные ископаемые или осуществляющие игровую деятельность. Разумеется, объем финансирования зависит от бюджета региона.

3. *Льготное кредитование.*

Льготное кредитование — один из возможных выходов для тех, кто не может рассчитывать на иные способы финансовой поддержки государством малого бизнеса 2022 года. Как и при выделении грантов, вероятность получения ссуды с минимальной процентной ставкой выше у тех, кто работает в приоритетных для государства сферах.

По вопросам кредитования следует обращаться не только в государственные учреждения и фонды, но и непосредственно в банки или кредитные сообщества: многие из них разрабатывают собственные продукты для предпринимателей. Целевое расходование денег проверяется в любом случае. Кредит предоставляется в форме единоразовой выплаты, возобновляемой или невозобновляемой линии на сумму от 50 миллионов до миллиарда рублей. Срок действия договора может быть любым, однако льготная программа действует на протяжении максимум трех лет.

Процентные ставки за пользование кредитом устанавливаются для малых предприятий на уровне 11–11,8% годовых, для средних — от 10% годовых.

4. *Микрозаймы.*

В некоторых случаях предпринимателям для реализации проектов не требуется масштабное финансирование на суммы в десятки миллионов рублей. Альтернативой для желающих получить от 100000 до 3000000 рублей может стать иная форма поддержки малого бизнеса 2022 года — предоставление микрозаймов. Заем выдается на срок от трех месяцев до трех лет по ставке 10% годовых.

Косвенная финансовая помощь

1. *Налоговые каникулы.*

Первые два года работы малого предприятия можно считать самыми тяжелыми — на этом этапе расходы компании значительно превышают доходы. Поэтому государственной программой поддержки МСП предусмотрены специальные налоговые льготы для малого бизнеса в 2022 году:

1. Для ИП, использующих УСН — возможность снижения ставки с 6% до 1%.
2. Для ИП, использующих ПСН — снижение размера потенциального дохода с 1000000 рублей до 500000 рублей в год.

Начинающим предпринимателям льготы 2022 года могут быть предоставлены без ограничений.

2. Компенсация ставок по кредитам.

Сложно найти какой-либо вид предпринимательской деятельности, не требующий периодического кредитования. Обращаясь в банки, владельцы компаний в отсутствие альтернативы чаще всего вынуждены принимать не самые выгодные предложения. Данная государственная программа позволяет частично компенсировать процентную ставку за пользование кредитом можно и за счет государства. Помощь предоставляется в объеме: 1/3 от установленной на 2022 год ставки рефинансирования (8,5%) для договоров со сроком действия менее двух лет; 1/2 от ставки рефинансирования для кредитов, выданных на срок от 2 до 3 лет; 2/3 от ставки рефинансирования для кредитов, выданных на срок более трех лет.

3. Компенсация лизинговых платежей.

По сути, владельцам компаний предлагается механизм частичного субсидирования лизинговых платежей: для получения подобной помощи предприниматель должен обратиться в региональное представительство Министерства экономического развития. Возмещение расходов осуществляется на долевой основе с некоторыми ограничениями:

1. Частичная компенсация первого взноса по заключенному договору лизинга в размере до 50%. Вместе с тем сумма возмещения не должна превышать 500000 рублей.
2. Частичная компенсация регулярных лизинговых платежей в объеме до 2/3 от ставки рефинансирования. Общая сумма субсидии не должна превышать 5 млн рублей.

4. Помощь фермерам.

Государственная поддержка малого бизнеса в России 2022 года включает наличие отдельной программы содействия предпринимателям, работающим в приоритетном для страны агропромышленном секторе. Начинаям фермерам компенсируют до 90% от общей документально подтвержденной суммы расходов.

Субсидия может быть получена фермерским хозяйством только один раз — в первые полгода работы предприятия. Максимальный объем финансирования достигает 1,5 млн рублей: перечисленные в 2022 году средства необходимо освоить в течение 18 месяцев [2].

Обучение, консультирование

Бесплатные курсы, тренинги, семинары и конференции, на которых эксперты отвечают на вопросы начинающих предпринимателей и рассказывают о бизнес-планировании, налогах, страховых отчислениях, маркетинге и многом другом.

Можно бесплатно проконсультироваться с профессиональными бухгалтерами, юристами, экономистами и кадровыми работниками в центрах занятости населения, а также в государственных многофункциональных центрах «Мой бизнес».

Если выбирают один из видов господдержки, то это не значит, что нельзя пользоваться остальными. Можно, например, получить субсидии или выиграть грант и вместе с этим пойти учиться или проконсультироваться в региональном фонде поддержки малого и среднего бизнеса [3].

Таким образом, в постпандемийный период малый бизнес как никогда нуждается в мерах государственной поддержки. Вот каких мер поддержки ждут предприниматели от государства сегодня:

1. Повышение доли малого и среднего бизнеса в госзакупках.
2. Расширение возможностей строительства на землях сельскохозяйственного назначения, например, для частных фермеров.
3. Снижение налоговой нагрузки и введение специальных налоговых режимов для уязвимых предприятий из ниши туризма, общественного питания, IT-сектора.
4. Ограничение роста имущественных налогов для бизнеса и муниципальных арендных платежей.
5. Запуск программ инвестиционного кредитования для субъектов малого бизнеса на льготных условиях.

Субъекты малого и среднего бизнеса формируют в экономике отдельных регионов особую нишу, попасть в которую крупным компаниям практически невозможно. Поэтому приоритетной стратегией государства является развитие именно сектора небольших предприятий, предоставляющих большое количество рабочих мест для местных жителей и создающих конструктивную социально-экономическую атмосферу. В свою очередь, предприниматели должны изучить существующие программы поддержки с тем, чтобы использовать предоставленные им возможности с максимальной эффективностью.

Библиографический список

1. Заседание Правительственной комиссии по вопросам развития малого и среднего предпринимательства - URL: <http://government.ru> (дата обращения: 04.02.2022).
2. Государственная поддержка малого бизнеса в России в 2022 году - URL: <https://volgoust.ru> (дата обращения: 31.01.2022).
3. URL: <https://fincult.info/article/biznesmen-kak-gosudarstvo-mozhet-menya-podderzhat/> (дата обращения: 02.02.2022).

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В ЖИЗНИ ЛЮДЕЙ ЧЕРЕЗ НАЗВАНИЯ МАГАЗИНОВ И ТОРГОВЫХ ТОЧЕК ГОРОДА ЧЕРНОГОРСКА

*Кадеров Владислав Сергеевич
Научный руководитель – Ишимова Надежда Викторовна, преподаватель
ГБПОУ РХ «Черногорский горно-строительный техникум»
г.Черногорск*

Проблема использования англоязычных слов в рекламных текстах актуальна. Мы все являемся потребителями и при помощи рекламы выбираем товар или услугу. Проезжая по улицам города Черногорска, невольно обращаешь внимание на рекламные вывески магазинов, салонов, фирм. Очень часто на них можно увидеть слова,

написанные по-английски, буквы, или слова, заимствованные из английского языка. Почему такое большое внимание при выборе названий владельцы торговых точек уделяют именно английскому языку? Что послужило причиной выбора подобных названий? Поиск ответов на эти вопросы позволил нам углубленно изучить эту проблему и отразить ее результаты в исследовании.

В первой части нашего исследования мы рассмотрели общую характеристику англоязычных заимствований в русском языке, дали им определение, а также проанализировали причины возникновения англоязычных заимствований в современном языке.

Второй этап нашей работы включал обследование магазинов и торговых точек на территории города Черногорска с целью выявления соответствия названий вывесок с ассортиментом товаров, предлагаемых потребителям. В результате проведенного исследования мы выявили, что на территории города Черногорска находится небольшое количество магазинов и торговых точек, использующих английские слова в названиях.

В процессе работы мы доказали, что существует ряд магазинов, названия которых не совсем соответствуют их сущности. Однако большая часть названий торговых точек совпадает с ассортиментом предлагаемых товаров.

Таким образом, проведенное исследование показывает, насколько интересна и актуальна данная тема в связи с коренными изменениями, продиктованными самой жизнью. Сегодня иностранный язык становится реально востребованным. Всё большее число людей изучают иностранные языки и широко используют эти навыки в практической деятельности.

Библиографический список

1. Арнольд И.В. Основы научных исследований в лингвистике: Учебное пособие [Книга]. - Москва: Высшая школа, 1991.
2. Бекашев К.А. Международное публичное право [Книга]. - Москва: Проспект, 2005.
3. Войнова Е.А. Лексикология современного английского языка [Книга]. - [Б.м.]: Просвещение, 1991.
4. Карцевский С.О. Язык, война и революция: Научно-популярный очерк [Книга]. – Страсбург: [б.н.], 1923.
5. Крысин Л.П. Русское слово, своё и чужое [Книга]. - Москва: [б.м.], 2004.
6. Медведева А.А. Толковый словарь наиболее употребительных иностранных слов. – М.: ЦЕНТРПОЛИГРАФ, 2009.
7. Мюллер В.К., Англо-русский словарь. – М.: Русский Язык, 1979.
8. Ожегов С.И. Словарь русского языка. – М.: «РУССКИЙ ЯЗЫК», 1985.
9. Старков Ю.П., Большой Энциклопедический словарь. – М.: Просвещение, 1999.

МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ ГЕНЕРАЦИИ ИДЕЙ ДЛЯ СТУДЕНТОВ

Мельников Роман Олегович
Научный руководитель – Наталья Валерьевна Гиренко, преподаватель
ГБПОУ РХ «Хакасский колледж профессиональных технологий,
экономики и сервиса», г. Абакан

При подготовке креативных специалистов одну из основных ролей играет процесс образования. В последнее время требования работодателей к потенциальным работникам любого уровня включают в себя наличие таких качеств, как уверенность в себе, способность к интуитивному мышлению, способность эффективно общаться, развитое воображение и рационализаторство, гибкость, умение работать в команде. Задача, в том числе образовательной организации, формировать соответствующие качества.

Когда человек долгое время успешно работает в своей сфере, складывается впечатление, что его успеху способствуют какие-то врождённые качества и черты характера. На самом же деле отличные проекты не создаются сами по себе и даже самые выдающиеся практики вынуждены трудиться над разработкой новых, оригинальных решений.

Генерация идей – сложный процесс, и, чтобы добиться результатов, нужно владеть различными креативными техниками. Применение таких методов, а также представление о том, как происходит формирование новых идей – залог развития творческих способностей, которые так необходимы современным специалистам.

Поэтому студентам для успешной карьеры и уверенного будущего стоит уже в учебном заведении заниматься не только формированием профессиональных знаний, но и развивать soft-skills или «гибкие» навыки, которые точно пригодятся и во время учёбы, и для поиска работы. Soft-skills применяются в любой индустрии, любой профессии, любом виде деятельности и любом взаимодействии между людьми. Часто говорят, что soft-skills помогают получить и сохранить работу, либо даже создать свою собственную компанию. Одним из направлений таких навыков является развитие креативного мышления.

Все вышеназванное обуславливает актуальность темы данного исследования.

Целью исследовательской работы является изучение методов и технологий генерации идей для студентов. Объектом исследования является процесс генерации идей. Предмет исследования – изучение методов и технологий генерации идей для студентов.

В результате исследования было выявлено, что в современных условиях бизнеса умение организовывать творческий процесс является необходимым критерием конкурентоспособности любого специалиста. Творчество всегда представляет собой относительно уникальное сочетание выразительных форм, необходимое для достижения определенной цели, рассчитанное на восприятие и поведение целевой аудитории.

Идеи могут возникнуть спонтанно – с воздуха, и, как обычно бывает, это происходит случайно без острой необходимости. Также бывают случаи, когда идею нужно придумать специально при условии, чтобы ее можно будет еще и реализовать в реальности. Во втором случае, когда идея нужна целенаправленно и реализовываемая, могут возникнуть трудности, в особенности, когда идею необходимо сгенерировать в коллективе, когда все должны почувствовать в ее создании. В таком случае, существует множество различных методов и технологий для генерации идей [3].

В работе были изучены наиболее эффективные методы и технологии генерации новых идей:

«**Мозговой штурм**», или как его еще называют «брейнсторминг» - это одна из самых популярных методик генерации идей, автор Алекс Осборн. Она заключается в том, чтоб из исходящей темы в коллективе начинали выдвигать свои мысли, из которых другие смогут вывести свою идею и так до тех пор, пока не найдется однозначное решение. Из одной идеи будут рождаться другие или совершенствоваться старые. Мозговой штурм, в

целом, делится на два этапа: первый – это чистый поток мыслей, после – их сортировка и сопоставление.

«Метод синектики». Данный метод Уильяма Гордона является усовершенствованным брейнстормингом, однако для него требуется более тщательно отборный коллектив, т.к. данный метод требует большего профессионализма [4].

«Переворот» – метод с незамысловатым названием, как, собственно, и его суть. Для него нужно выписать все мысли, идущие в голову по поводу сформулированной проблемы, а после, как следует из названия, нужно «перевернуть» каждую мысль с ног на голову. Для каждой идеи необходимо подобрать метод или план, который способен реализовать каждую из них в реальности. Данная процедура не даст финального результата, она направляет главные идеи к Вам по ходу всех этих манипуляций.

«Метод шести шляп». Данная методика генерации идей Эдварда де Боно помогает всесторонне оценить новые идеи, которые могут таить в себе как перспективы для развития, так и опасности. Такой метод требует, как минимум, семь участников, хоть «шляп» будет всего шесть. Каждая шляпа дает конкретную роль, дающую конкретный подход к проблеме, и помечается определенным цветом для их различий. Данные шляпы – символические, но никто не запрещает использовать и настоящие.

«5W1H» или как его проще можно назвать **«метод Киплинга»** - является простым методом решения многих проблем. Первое его название расшифровывается как 5 специальных вопросительных слов на букву «W» и 1 на букву «H»: What (Что), When (Когда), Why (Почему), Who (Кто), Where (Где) и How (Как). На каждые эти вопросительные слова нужно дать ответ, после чего задать себе другие дополнительные вопросы, которые возникли в голове во время ответа на предыдущие.

«Ассоциативный метод». Данный метод чем-то похож на метод синектики, только данный метод будет даже проще: необходимо сформулировать проблему, после выписать ключевые слова. Следом нужно придумать ассоциативный ряд для каждого из слов, которые в дальнейшем нужно использовать как толчки для генерации идей.

«Метод ограничений». Как не трудно догадаться, в данном методе будут использоваться все возможные ограничения конкретной проблемы, препятствующие к ее решению. Для начала их всех нужно выписать, после чего для каждого ограничения нужно придумать их решения и как их можно маневрировать. Также метод подразумевает размышление о то, что было бы если бы данных проблем не было – как бы поменялась ситуация и сама проблема? Данные размышления позволяют взглянуть на ситуацию по-новому, а значит, и найти свежую идею.

«Ментальные карты» – это очень простой метод, который был придуман как метод запоминания. Считается, что данные, представленные в текстовом виде, воспринимаются хуже, поскольку в работу включается лишь левое полушарие. Работа с интеллект-картами – творческая деятельность, связанная с интерпретацией визуальных образов. Соответственно, их использование помогает задействовать правое полушарие. В результате повышается качество восприятия информации и улучшается запоминание.

«Морфологический анализ» – это многообразный метод. Он включает в себя выделение объекта, вокруг которого строится проблема, и раскладывание его на составляющие его элементы. Для этих элементов нужно придумать аналоги – придумывать можно как реальные аналоги, так и придумать измененный вариант самому. После эти элементы соединяются, и рассматривается получившийся результат [1].

Метод «Автобус, кровать, ванна». Среди физиков существует шутка, что важные открытия в науке происходят в местах на букву «В» — bus, bed, bath (автобус, кровать, ванна). Её смысл в том, что зачастую генерация лучших идей происходит в самый неожиданный момент, когда человек не думает о науке.

«Непрямые стратегии». Метод Брайана Ино и Питера Шмидта. Инструментом генерации идей в данном случае являются карточки с указанием дальнейших действий. Авторы методики вдохновлялись китайским способом гадания по Книге Перемен. Первый набор, состоящий из 115 карточек, вышел ещё в 1975 году. В наши дни существует и электронная версия непрямых стратегий.

«Фиксация мыслей» – наверно, одна из самых банальных методик, которая подразумевает собой запись любых мыслей, идей даже тех, что кажутся ненужными и даже смешными. Можно записывать свои мысли на бумаге или начитывать на диктофон. Данный способ позволяет возвращаться к своим записям-идеям, которые без фиксации Вы бы, скорее всего, забыли. Также просмотр старых идей может навлечь на новые или их улучшенные версии [2].

Проводя наблюдение, следует отметить, что многие из этих методов генерации идей применяются преподавателями колледжа на занятиях, что способствует более эффективному усвоению программного материала и развитию у студентов творческих способностей, креативного мышления.

Таким образом, можно сказать, что решать задачи нетрадиционным способом – это современное условие выживания, по крайней мере, в профессиональной деятельности.

Развивать навык критического и креативного мышления для студентов очень важно. Креативность — это умение видеть в обычном нестандартное и придумывать новые идеи. Развивать такой навык важно, чтобы не только в колледже, но и в профессиональной жизни: искать новые подходы; рождать свежие идеи; не терять мотивации в работе; приносить творчество в любую активность; ощущать полноту жизни. Творческие занятия помогают развить креативность. Некоторые люди с рождения поражают креативностью и нестандартным мышлением. Но даже если изначально таких навыков нет, их вполне можно развить: искать несколько решений в стандартной ситуации; играть в ассоциации и искать параллели; познакомиться с технологией ТРИЗ.

Существует множество различных способов придумывать идеи, и все здесь перечисленные методы и технологии их генерации только малая их часть. Для каждого человека или коллектива найдется свой, более удобный и эффективный, метод придумывания идей.

Библиографический список

1. Генерация идей: много креативных способов и методик // [Электронный ресурс]. URL: <https://sales-generator.ru/blog/generatsiya-idey/> (дата обращения: 25.01.2022).
2. 10 лучших методов генерирования идей // [Электронный ресурс]. URL: <https://4brain.ru/blog/методы-генерирования-идей/> (дата обращения: 25.01.2022).
3. URL: <https://kto-chto-gde.ru/story/12-rabotayushhix-metodov-generacii-idej/> (дата обращения: 18.12.2021).
4. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Метод_синектики (дата обращения: 23.11.2021).

МАРШРУТ ПАМЯТИ «ХОЛОКОСТ В БАРАНОВИЧСКОМ РАЙОНЕ»

Радюк Вероника Сергеевна

Научный руководитель - Давыдова Людмила Яковлевна,

педагог дополнительного образования,

УО «Барановичский государственный профессионально-технический колледж

сферы обслуживания», г. Барановичи

В этом году исполнилось 80 лет после вторжения Третьего рейха Германии в Советский Союз. 22 июня 1941 года началась Великая Отечественная война.

27 июня 1941 года немцы заняли Барановичи и Барановичский район, вслед за войсками в район прибыли карательные подразделения СС, зонде команды, полиция безопасности и СД, гестапо для осуществления политики геноцида. Местному населению пришлось жить в оккупации. С первых дней войны на территории города и района, как и на всей территории Беларуси, развернулись антиеврейские акции по уничтожению и порабощению советских людей. По приказу военного коменданта всем жителям еврейской национальности города и района под страхом смерти запретили ходить по тротуарам, им предписывалось ходить только посередине улиц. На одежде их обязали носить желтую звезду Давида (10см). Этот знак ставил их вне закона – за избиение, ограбление, убийство никто не нес никакой ответственности. Евреев категорически запрещалось приветствовать. Нарушители строжайше наказывались местным комендантом по месту жительства. Во всех крупных деревнях района были созданы районные волостные управы и полицейские гарнизоны из белорусских коллаборантов. Одновременно с оккупацией нацисты начали поголовное уничтожение евреев. Организованные массовые убийства называли «акциями». Многие евреи в Барановичском районе были убиты во время карательной операции нацистов «Припятские болота» или Припятский марш, проводившейся с 19 июля по 31 августа 1941 года. План этой операции ставил целью отработку и проведение первых массовых убийств евреев войсками СС на территории Беларуси. В тех районах, где евреев убили не сразу, их содержали в условиях гетто вплоть до полного уничтожения, используя на тяжелых принудительных работах в условиях постоянного голода и отсутствия медицинской помощи.

К декабрю 1942 года в Барановичском районе было уничтожено свыше **35000** человек еврейской национальности. Самые массовые убийства евреев произошли в Барановичах, Молчади, Городище, Полонке, Новой Мыши, Столовичах и других населенных пунктах района. Всего уничтожено

Из акта установленных злодеяний немецко-фашистских захватчиков по Барановичской области от Января 1945 года. «Оккупировав 27 июля 1941 года г. Барановичи, гитлеровское правительство и его учреждения - Гестапо, СД, воинские комендатуры с первого дня своего господства и на протяжении 3 лет не прекращали в городе и его окрестностях грабежи, издевательства, пытки, угон на каторжный труд в Германию, повешение, расстрелы, массовые уничтожения ни в чем неповинных советских граждан. Этой участи подверглись в равной степени русские, белорусы, евреи, цыгане, поляки, мужчины и женщины, старики и дети». [1]

В рамках социального проекта «Не рядом, а вместе», реализуемого за счет немецкого фонда «Память, ответственность и будущее» волонтеры проекта не раз

участвовали в мероприятиях, посвященных памяти Холокосту. 25 августа 2021 года по приглашению партнеров проекта ООО «Шалом» мы посетили памятники в Барановичском районе, которые установлены на местах расстрела евреев во время Великой Отечественной войны.

Объект исследования. Памятные места Холокоста в Барановичском районе.

Предмет исследования. Памятники убитым евреям во время Великой Отечественной войны.

Цель. Установить события Холокоста в Барановичском районе во время Великой Отечественной войны. Посетить памятники убитым евреям во время войны в Барановичском районе, провести уборку захоронений, зажечь свечи и возложить цветы в знак ПАМЯТИ.

Задачи:

- Изучить теоретические источники по исследуемой проблеме;
- Создать карту маршрута Памяти;
- Описать события Холокоста, используя различные источники и воспоминания;
- Предложить варианты повышения информированности учащихся через работу с музеем колледжа по созданию страниц о Холокосте в Барановичском районе;

Для более полного понимания событий, происходивших во время войны на территории Барановичского района, мы обратились к источникам Интернета, книге историко-документарной хроники городов и районов Беларуси «Память. Барановичи и Барановичский район», воспоминаниям Давида Самуиловича Колпеницкого, автора книги «Кому жить, кому умереть...». С интересом изучили книгу Б.П.Шермана «Барановичское гетто. Колдычевский лагерь смерти.», в которой собраны факты и свидетельские показания, а также справка – характеристика крупных преступлений фашистов в городе Барановичи и районе в 1941–1944 годах. Документы архива и музея также помогли нам узнать больше об уничтожении мирного населения во время Великой Отечественной войне в нашем районе.

Так, например, из сборника актов Государственной комиссии от 1 января 1945 г. в статистических строках и цифрах мы увидели ужасную историю, о которой нужно знать и помнить. *«С марта 1942 года по 27 июня 1944 года в Колдычевском лагере смерти уничтожены 22 тысячи человек. В лагере была тюрьма, действовала комната пыток, имелись 4 виселицы. Дважды строились кремационные печи, но их взрывали, а их строителей расстреливали, ибо в первом случае в 1942 г. печь плохо работала (было сожжено 600 трупов), а во втором – в 1944 году – в связи с крупным наступлением Красной Армии... В лагере имелось незначительное количество помещений летнего типа без печей... территория ограждалась несколькими рядами колючей проволоки с использованием дотов, прожекторов, специально дрессированных собак... В радиусе 2-х километров от концлагеря Колдычево обнаружены сплошные захоронения и в том числе 14 ям-могил массового захоронения... В самом концлагере Колдычево обнаружена яма-могила в форме “Т” (35×35 м). Всего в яме-могиле захоронена 1 тысяча человек – заключенных концлагеря Колдычево”.*

Мы убедились, что Холокост не только еврейская трагедия. В могилах лежат убитые фашистами мирные жители Беларуси: евреи, поляки, белорусы, цыгане и др., но еврейский народ пострадал больше других и только потому, что он принадлежал к другой нации, к другой религии.

Эта тема актуальна в наши дни. *«Историю нельзя забыть, ее должны знать, особенно молодежь...»* писал Б.П. Шерман автор книги «Барановичское гетто. Колдычевский лагерь смерти». Не зная истории своего края, не понимая причин возникновения гонений отдельных народов, трудно ориентироваться в современных политических событиях и легко стать жертвой чужой пропаганды. В противном случае Холокост может возродиться в новом облики, в новой форме, и народы не сумеют, не успеют предупредить его появление.

Мы проехали 110 км по Барановичскому району, посетили 6 населенных пунктов, где от рук фашистов погибло большое количество мирных жителей, евреев. Перед началом поездки был заранее разработан маршрут, составлена карта с указанием остановочных пунктов. У всех мест захоронения, совместно с членами ООО «Шалом», провели уборку, возложили цветы и зажгли свечи памяти. Наша поездка была морально тяжела, ведь мы узнавали новые сведения и факты о Холокосте в нашем районе во время Великой Отечественной войны. Мы не можем оставаться равнодушными наблюдателями, должны научиться понимать историю Холокоста, говорить о разрушительном зле, о чудовищном уничтожении людей только от того, что они другой национальности, религии. Весь материал, собранный во время поездки, пополнит странички о Холокосте в нашем музее. А маршрут, разработанный нами совместно с партнерами проекта, может стать новым экскурсионным маршрутом для тех, кто неравнодушен, кто желает больше узнать о событиях, происходивших во время Великой Отечественной войны на территории нашего района.

Библиографический список

1. Акты установленных злодеяний немецко-фашистских захватчиков по Барановичской области. / Барановичская областная комиссия - 1 января 1945 года.
2. Память. Барановичи и Барановичский район/ Историко-документальные хроники городов и районов Беларуси/ Под общ. Ред. Г.К. Киселева. Минск. Белта 2000г.
3. Б.П. Шерман. Барановичское гетто. Колдычевский лагерь смерти/. - Брест. 2018.
4. Б.П. Шерман. Справка-характеристика крупных преступлений фашистов в городе Барановичи и районе в 1941-1944г.г/. - Брест.2018.
5. М. Ботвинник. Памятники геноцида евреев Беларуси/ – Минск. «Белорусская наука». 2000.
6. Д. Мышанка. Кому жить и кому умереть.../ Тель –Авив. 2009.

СОЗДАНИЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ КОЛЛЕДЖА СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ

*Снищерева Владлена Сергеевна,
Рожкова Алина Игоревна,
Научный руководитель - Бегер Татьяна Михайловна, преподаватель,
УО «Барановичский государственный профессионально-технический колледж
сферы обслуживания», г. Барановичи*

Приоритеты направления деятельности учреждений профессионально-технического образования устанавливаются на повышение качества профессиональной

подготовки учащихся, создание имиджа в лице учащихся, потенциальных абитуриентов, их родителей и государственных органов. Поэтому, для поддержания доверительного отношения, необходимы не разовые меры, а целая долгосрочная, систематически спланированная и грамотно реализованная работа.

В рамках подготовки к международному конкурсу WorldSkills в компетенции «Графический дизайн» мы решили разработать индивидуальный фирменный стиль для учреждения образования «Барановичский государственный профессионально-технический колледж сферы обслуживания», который расположен в Республике Беларусь Брестской области. Данное учреждение образования считается одним из лучших учреждений образования Брестской области, о чем свидетельствуют победы в областном конкурсе «Лучшее учреждение профессионального образования» 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 и 2016, 2019 годов. Колледж позволяет получить прекрасное образование в области моделирования и конструирования одежды, парикмахерского искусства, страхования и торгового дела, швейного и обувного производства, информационных технологий. В наличии у колледжа как официальный сайт, так и сайты позволяющие организовать учебный и воспитательный процесс в колледже, блоги преподавателей, сайт музея колледжа, официальные страницы в социальных сетях. Разработанный дизайн фирменного стиля послужит на формирование и поддержание положительного имиджа колледжа в сети Интернет, при взаимодействии как внутри колледжа, так и с внешними структурами.

В задачу графического дизайнера входит комбинирование изображений, текста и создание объектов дизайна. Специалист этой профессии должен уметь генерировать идеи, выполнять цифровое редактирование, создавать макеты, типографику и рисунки, осуществлять набор, печать и презентацию готового изделия или дизайна. Создание брендбука для колледжа сделает наше учреждение образования не только узнаваемым среди других, но и поможет нам получить необходимый опыт для участия в конкурсе.

Объект исследования: фирменный стиль.

Предмет исследования: элементы фирменного стиля.

Цель исследования – создание индивидуального фирменного стиля для колледжа сферы обслуживания, как единого, системного и эстетического инструмента коммуникаций, как внутри колледжа, так и с внешними целевыми аудиториями.

Задачи:

1. Изучить научную и методическую литературу по теме исследования.
2. Раскрыть понятие и значение фирменного стиля.
3. Проанализировать аналоги других учебных заведений, выявить их плюсы и минусы;
4. Рассмотреть способы формирования фирменного стиля.
5. Разработать полиграфическую продукцию: конверт, бейдж, блокнот, фирменная майка, кружка, сумка шоппер и т. д.
6. Представить готовый фирменный стиль на научной конференции колледжа.

Методы и приемы, которые использовались в работе: анализ источников; изучение портрета потребителя; сравнительный анализ; стилистический и аналитический метод.

Гипотеза: при помощи фирменного стиля, элементы которого будут присутствовать на полиграфической продукции, рекламных объявлениях и сайте образовательного учреждения можно управлять интересом и обсуждениями в обществе.

Практическая значимость исследования состоит в том, что оно содержит разработки и рекомендации по созданию фирменного стиля профессионально-технического учреждения образования.

Результатом проектно-исследовательской работы является разработанный фирменный стиль колледжа.

Структурно работа состоит из введения, основной части, заключения, библиографического списка, приложения. В основной части особое место отведено изучению процесса создания фирменного стиля для учреждения образования.

Под **фирменным стилем** понимают набор цветовых, графических, словесных и прочих постоянных элементов, неизменных составляющих, формирующих систему знаков для передачи основной идеи и концепции организации [3].

Говоря о функциях фирменного стиля для колледжа, можно отметить, что он будет способствовать возникновению повышенного интереса к учреждению, повлияет на выбор при поиске места учебы потенциальными учащимися, создаст ситуацию доверия, выступит как средство сплочения коллектива колледжа.

Фирменный стиль складывается из следующих атрибутов: логотип, слоган, фирменный знак, фирменный блок, фирменный цвет, фирменный комплект шрифтов[1].

Этапы разработки фирменного стиля для учреждений образования:

1. Анализируется деятельность, история и текущее состояния учреждения, перспективы и стратегии развития.
2. Проводится анализ работы других учреждений образования той же отрасли.
3. Формируется единая стилистика, макеты вариантов дизайнерских работ.
4. Проводится общественное обсуждение, презентация фирменного стиля, логотипа.

Выбор элементов фирменного стиля обуславливается профессиональной деятельностью колледжа, его миссией. Обратимся к истории колледжа.

24 апреля 1964 года Постановлением СМ БССР № 163 было определено как профессионально-техническое училище по подготовке квалифицированных рабочих для Барановичского хлопчатобумажного комбината.

Колледж является учреждением среднего и профессионального образования, имеет лицензию на осуществление образовательной деятельности и государственную аккредитацию. Общественные интересы молодежи имеют для колледжа первостепенное значение. В колледже работает первичная профсоюзная организация учащихся, общественное объединение «Белорусский республиканский союз молодежи». С 2007 года начало развиваться волонтерское движение «Не рядом, а вместе», которое за короткое время заявило о себе не только в городе, но и в республике, и за её пределами. У нас работают такие объединения по интересам как «Кожа в умелых руках», «Дизайн-студия», студия «Швейная мозаика», «Арт-гостиная», «Техника рисунка и моделирование», «Компьютерный дизайн», предметные факультативы, создан свой «Театр моды и прически», также объединяют ребят клубы «Экологический», «Будем помнить...», «Строим будущее своими руками», «Экономика и мы», «Информационный» и др., открылся колледжный мастер-центр «Кудесница», есть своя вокальная группа, хор, команда КВН. В распоряжении каждого студента богатая библиотека, которая ежегодно

пополняет свои фонды современной научной и учебной литературой. Мы с уверенностью смотрим в будущее, мы нужны и востребованы. Мы молоды и настойчивы. Мы живем интересной жизнью. Мы открываем новые специальности и ищем нестандартные решения возникающих проблем.

Элементы фирменного стиля должны быть одинаково понятными и узнаваемыми для разных сегментов аудитории. Колледж взаимодействует с несколькими общественными группами: учащиеся, абитуриенты, родители, коллектив (преподаватели, сотрудники, администрация), органы госрегулирования, фонды, предприятия сферы обслуживания.

Так как колледж осуществляет образовательную деятельность в сфере профессионально-технического образования и ведет активную жизнь в социокультурном пространстве (учащиеся колледжа участвуют в выставках, конкурсах), для него актуальной задачей является формирование, развитие и поддержание стабильного положительного имиджа.

На сегодняшний день в Республике Беларусь существует огромное число учреждений образования профессионально-технического типа. И все они полны разнообразными специальностями. Каждый человек выбирает свое. В свою очередь образовательные учреждения пытаются выделиться не только уникальными специальностями, но и своим стилем.

В ходе нашей работы над проектом были проанализированы фирменные стили современных отечественных и иностранных образовательных учреждений. Мы сделали выводы, что среди существующих аналогов есть очень красивые, запоминающиеся, задерживающие на себе внимание фирменные стили. Но в то же время, существует множество не самых удачных по той или иной причине вариантов. Также мы определили количество цветов, присутствующих в логотипах учреждений образования: один цвет составляет логотипы 58%, рассмотренных нами сайтов; по 2 цвета – 23%; 3 цвета – 10 %; больше 3 цветов – 9 %. Чаще всего в логотипах используются синий и белый цвета. Так же присутствуют красный жёлтый, чёрный и зелёный цвета. В качестве формы логотипа чаще всего используют эскизы зданий, предметы, связанные со специальностями, а также атрибуты, символы учёбы, силуэты человека и т. д.

Созданный нами брендбук — это своеобразное хранилище всех изображений, цветов, шрифтов и способов компоновки, которые могут использоваться в компании для оформления носителей. Он неотделим от фирменного стиля.

Выбор фирменных цветов – один из важных этапов при создании фирменного стиля. Цвет позволяет сильнее воздействовать на визуальное восприятие при контакте с элементами фирменного стиля, влияет на эмоциональную отзывчивость человека, формирует ассоциативную связь.

Фирменными цветами колледжа выбраны: сиреневый, темно-алый, темно-фиолетовый цвет. Эти цвета достаточно креативны и, как нельзя лучше, подходят к творческим профессиям нашего колледжа. Тёмно-алый цвет — это разновидность красного. Красный цвет символизирует радость, красоту, любовь и полноту жизни. Тёмно-фиолетовый и сиреневый цвета разновидности фиолетового цвета. Фиолетовый цвет символизирует спокойствие и гармонию. Таким образом, найдена цветовая гамма фирменного стиля колледжа. Все цвета яркие, контрастные, привлекающие внимание, взаимодействующие между собой и вызывающие положительный эмоциональный отклик.

Мы решили оставить существующие слоганы. Только разделить их по функциональности на слоган для приёмной кампании и слоган колледжа.

Так как, колледж известен в Республике Беларусь и за её пределами, то мы не рискнули менять форму логотипа, заменили лишь его на фирменные цвета. Мы создали логотип с горизонтальной и вертикальной ориентацией, а также с использованием слогана и логотип на английском языке, разработали единый дизайн Диплома для внутреннего использования в колледже. Так как в колледже проводится большое количество различных конкурсов и соревнований, думаем наличие фирменного диплома будет полезным

Фирменный знак и формообразующий прием будут размещаться: на визитках, бейджах, календарях, папках для деловых документов, блокнотах, бланках деловой документации, на дисках и конвертах.

Следующим шагом нашей работы стал дизайн носителей на мокапах – это последняя составляющая брендбука. Печать — дорогое удовольствие даже для маленькой упаковки, не говоря уже о вывесках и билбордах. Если клиенту захочется внести правки в дизайн, печатать придётся не один раз. Чтобы оптимизировать работу, придумали мокапы. С их помощью заказчик может рассмотреть дизайн на конкретных предметах и в разных ракурсах. Мы разработали дизайн кружки с логотипом, фирменный галстук, сумку-шоппер.

В процессе работы над проектом нами были выполнены все поставленные задачи. Разработан уникальный фирменный стиль, который будет выполнять свои функции: служить для создания и продвижения положительного имиджа колледжа, его идентификации и дифференциации, привлечет внимание целевой аудитории, выступит средством эмоционального сплочения коллектива. Результаты научно-исследовательского проекта могут быть использованы при оформлении конкурсных работ, выставок декоративно-прикладного творчества, а также в сети интернет для узнавания официальных страниц сайта, групп в социальных сетях.

Библиографический список

1. Дობробабенка Н. Фірменны́й стыль: прынцыпы разрабoткi, іспoльзoвaннaя, oцeнкi. // Тeорыя і практыка внeштoргoвoй рeклaмы \ В\O\ «Внeштoргрeклaмa». Вып. 2. М., 1986.
2. Марченко, М. Н. Фирменный стиль как средство формирования имиджа образовательного учреждения / М. Н. Марченко, А. К. Лапченко. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 11 (115). — С. 1610-1612. — URL: <https://moluch.ru/archive/115/30933/> (дата обращения: 27.01.2022).
3. Туэмлоу Э. «Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи» — М.: Астрель, 2006.

САМОЗАНЯТОСТЬ В 2022 ГОДУ В РОССИИ

*Фроленкова Екатерина Сергеевна
Научный руководитель – Гиренко Наталья Валерьевна, преподаватель
ГБПОУ РХ «Хакасский колледж профессиональных технологий,
экономики и сервиса», г. Абакан*

Преобразования рынка труда ставит ряд актуальных задач. Одной из важнейших задач является формирование устойчивого и эффективного механизма обеспечения граждан рабочими местами, удовлетворение граждан уровнем и стабильностью оплаты труда, социальные гарантии трудящихся. Изменение экономической и социально-политической ситуации в стране вызвало к жизни ряд новых явлений в сфере занятости населения. К ним можно отнести самозанятость как разновидность нетрадиционной, нестандартной занятости, в основе которой лежит самоорганизация. Самозанятые – люди, которые работают ни на одного работодателя по договору, а сотрудничают сразу с несколькими заказчиками. Такая форма осуществления трудовой деятельности актуальна во всем мире.

Отдельные формы самостоятельной занятости существовали в России и в дореформенный период (портные, няни, репетиторы). Однако в процессе перехода к рыночным отношениям состав, масштабы, характер занятости и ее роль в экономике резко изменились. Самостоятельная занятость достигла значительных масштабов, к ее услугам в той или иной мере прибегает большинство населения. Несмотря на то, что данная экономическая деятельность часто осуществляется вне правового поля, в российском обществе сформировалось позитивное отношение к услугам, предоставляемым самозанятыми, в силу их ценовой привлекательности и, соответственно, востребованности у населения.

Это в свою очередь приводит к необходимости изменений в трудовом законодательстве, постоянного мониторинга правового поля в сфере трудовых отношений. Следует признать то, что на данный момент это наименее структурированный и малоизученный раздел занятости населения на рынке труда. Нуждаются в доработке мотивационные инструменты выхода самозанятых из неформального сектора экономики. Самозанятость остается одной из наиболее обсуждаемых форм занятости в Российской Федерации. Правительство принимает меры, направленные на определение правового статуса самозанятых и вывода их из теневого сектора экономики, но проблемы еще есть. Все вышеназванное обуславливает **актуальность темы** данного исследования.

Целью исследовательской работы является изучение предпринимательской деятельности в виде самозанятости в 2022 году в России. Объектом исследования является актуальное направление в экономике – самозанятость. Предмет исследования – выявление преимуществ и недостатков самозанятости в России в 2022 году.

В результате исследования было выявлено, что самозанятость является одной из наиболее популярных форм заработка на сегодняшний день во многих странах, в том числе и в России. Многие граждане предпочитают работать ни на одного работодателя по трудовому договору или с записью в трудовой книжке, а иметь дело с несколькими заказчиками, которые предлагают наиболее выгодные условия сотрудничества. Это дает возможность самостоятельно формировать график работы и выбирать разных заказчиков для сотрудничества [1].

Основные признаки самозанятости:

- человек самостоятельно осуществляет трудовую деятельность без третьих лиц;
- гражданин выполняет только ту работу, в которой он хорошо разбирается;
- для осуществления трудовой деятельности не требуется лицензии;
- отсутствие страховых выплат на будущую пенсию [3].

С 2020 году самозанятые могут осуществлять свою деятельность на легальной основе в любом регионе РФ. Получить статус самозанятого может человек, у которого есть собственное дело, нет наемных сотрудников, а профессиональный доход не превышает 2,4 млн рублей в год.

Пройти официальную регистрацию и оплачивать налоги могут все самозанятые, независимо от рода деятельности. Для регистрации нужно подготовить паспорт, ИНН и СНИЛС. Скачать приложение «Мой налог» с сайта ФНС и пройти стандартную регистрацию. Проще всего авторизоваться через портал «Госуслуги». После подтверждения личных данных, мобильного телефона и согласия с условиями регистрации сразу ставят на учет как самозанятого. Весь учет ведется в мобильном приложении. Никакой кассовой техники покупать не нужно – чек формируется в приложении «Мой налог».

Найти удалённую работу не сложнее, чем любую другую. Популярные сайты-базы вакансий уже давно добавили фильтр для данного типа работы, а работодатели выкладывают новые вакансии каждый день [2].

Чаще всего самозанятые люди получают прибыль от следующих услуг: сдача жилья в аренду; такси; оказание услуг мастеров по ремонту жилья, сантехнического оборудования; обучение, репетиторство; фотография; клининг; продажа товаров собственного изготовления; работа в Интернете и т.д. В число запретов самозанятости входит не только реализация продукции других производителей.

Профессионалы рекомендуют не игнорировать официальное оформление деятельности, поскольку это помогает избежать появления следующих проблем:

1. Штрафных санкций за работу без регистрации и уклонение от уплаты налогов.
2. Начисления налогов за все годы деятельности, если будет обнаружено, что самозанятый в течение нескольких лет трудился без регистрации.

Зарегистрироваться в качестве самозанятого (плательщика налога на профессиональный доход) можно на специальном сайте ФНС России в любое время. Налог на профессиональный доход (НПД) – новый специальный налоговый режим, который пользуется все большей популярностью в России. Предприниматели, оказывающие услуги и не привлекающие труд наемных работников, которые до 2021 года применяли ЕНВД, все чаще задумываются о переходе на уплату НПД [4].

Так как самозанятые в 2020 году могли осуществлять свою деятельность на легальной основе, в работе была изучена целесообразность перехода с ИП на самозанятость. Поскольку Правительство РФ узаконило самозанятость как форму работы, некоторые индивидуальные предприниматели решили поменять статус.

Однако это целесообразно делать только в следующих случаях: низкий доход физического лица в качестве ИП, существенная часть которого уходит на перечисления в ПФР и другие выплаты; предприниматель вынужден постоянно приостанавливать деятельность; отсутствие необходимости в наемных работниках.

Процентная ставка налога на профессиональный доход составляет 4% с доходов при работе с физическими лицами и 6% при сотрудничестве с юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями. Взносы нужно делать 1 раз в месяц [1].

В результате проведенного исследования были выявлены преимущества и недостатки самозанятости.

Самозанятость имеет следующие преимущества:

- не нужно перечислять страховые взносы;
 - если не была выполнена своевременная регистрация в ФНС, это не приводит к применению штрафных санкций;
 - отсутствие необходимости заполнять декларацию и другую отчетность (освобождены от налогового учета и отчетности);
 - возможность регистрировать самозанятость даже в случае осуществления трудовой деятельности на основном месте работы;
 - простая система налогообложения;
 - не требуется расчетный счет – деньги могут перечисляться на банковскую карту;
 - статус самозанятого подтверждает, что человек имеет постоянный источник дохода, что позволяет ему оформлять займы;
 - свободный график работы; независимость;
 - возможность работать дома.
- К недостаткам относятся следующие моменты:
- существуют определенные ограничения в видах деятельности;
 - не подходит для самозанятых граждан с большим размером дохода;
 - отсутствие четкого размера дохода;
 - необходимо постоянно самостоятельно искать новые заказы;
 - не формируется пенсия, если самостоятельно не выполнять перечисления в ПФР [5].

Самозанятые граждане вправе одновременно сотрудничать с заказчиками без заключения соответствующего договора и осуществлять трудовую деятельность по основному месту работы. В первом случае они выплачивают налоги, как самозанятые, во втором платят 13% подоходного налога.

При этом нельзя прекратить трудовые отношения с работодателем в качестве основного работника и начать сотрудничество с ним в качестве самозанятого гражданина. Между увольнением от нанимателя и работой у него без трудового договора должно пройти минимум 2 года. Такой запрет введен для того, чтобы работодатели не увольняли граждан для того, чтобы сотрудничать с ними без трудового договора. Дело в том, что нанимателю выгодно работать с самозанятыми людьми. Это связано с тем, что за основных сотрудников работодатель выплачивает страховые взносы, а за тех, кто осуществляет деятельность без трудового договора – нет [1].

Таким образом, стабильная занятость, гарантированный доход, социальные гарантии и постоянное рабочее место, отвечали требованиям и условиям, складывавшимся на рынке труда в XX веке. Сегодня, в связи с развитием информационных технологий, занятость все больше тяготеет к менее жестким формам, распространение получают удаленная занятость, самозанятость и некоторые другие явления, общей чертой которых является снижение зависимости работника от работодателя.

Работая удаленно, сотрудники сами выстраивают свой распорядок и комфортную для себя обстановку, что делает их более продуктивными. Можно повторить, что новое поколение – прогрессивные в информационном и техническом плане сотрудники хотят

свободно передвигаться по миру, расширяя кругозор и креативность, рождая новые идеи. И эта тенденция в условиях глобализации будет только усиливаться.

Студенты тоже могут быть заинтересованы возможностями нового специального налогового режима. Ведь кто – то из них уже сейчас трудится, совмещая с учебой, или хочет грамотно организовать свой бизнес в будущем.

Самозанятые могут предоставлять разного рода услуги, продавать вещи собственного производства и сдавать в аренду жилье. Этот налоговый режим подходит для многих профессий из разных областей. Вот несколько примеров, которые могут подойти даже студентам: аниматор, ведущий свадеб, гид, фотограф, мастер по пошиву кукол, репетитор, няня, сиделка, мастер маникюра, швея, дизайнер. У самозанятых нет ограничения по количеству видов деятельности. Можно, например, одновременно писать тексты, сдавать квартиру и шить одежду на заказ.

Самозанятость пользуется повышенным спросом во многих странах, в том числе и в России. Это и неудивительно, ведь она дает возможность самостоятельно формировать график работы и выбирать разных заказчиков, которые предлагают наиболее выгодные варианты сотрудничества.

Самозанятость – популярная форма работы, которую теперь можно осуществлять официально. Главное – правильно выполнить регистрацию на специальном сайте ФНС России и регулярно перечислять налог на профессиональный доход. НПД – новый специальный налоговый режим, который пользуется все большей популярностью в России.

Библиографический список

1. URL: <https://otkazanet.ru/other/samozanyatye-v-2020-chto-novogo-zhdet-frilanserov.html> (дата обращения: 22.01.2022).
2. URL: https://www.audit-it.ru/terms/trud/samozanyatost_i_samozanyatye_grazhdane.html (дата обращения: 19.01.2022).
3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/samozanyatost-v-rossii-sostoyanie-i-potentsial> (дата обращения: 17.11.2021).
4. Специальный налоговый режим для самозанятых граждан: Налог на профессиональный доход ФНС России. URL: <https://npd.nalog.ru/> (дата обращения: 23.01.2022).
5. Что дает статус самозанятого? Плюсы и минусы регистрации как самозанятого. URL: <https://www.kadrof.ru/articles/49707> (дата обращения: 03.02.2022).

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ГРУППА СЛОВ С ОБЩИМ ЗНАЧЕНИЕМ «ГОЛОВНЫЕ УБОРЫ»

*Стряпкова Диана Степановна
Научный руководитель – Чудаева Наталья Леонидовна, преподаватель
ФГБОУ ВО «Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова»,
Колледж педагогического образования, информатики и права ИНПО, г. Абакан*

Работая с толковыми словарями, мы заметили, что в разных словарях есть отличия в дефинициях. Время изменяет общество, а соответственно, меняются не только люди, но

и их словарный запас. Язык – развивающееся явление, и он так же, как и люди, меняется. Например, когда-то носили треуголки, теперь шляпы. Нам стало интересно, какие головные уборы носили в древности, чем названия головных уборов прошлого столетия отличаются от современных названий.

Цель работы: выявить слова, обозначающие головные уборы, и доказать, что современные толковые словари не дают точных определений даже самых простых слов. *Объект исследования:* слова русского языка с общим значением «головные уборы». *Предмет исследования:* лексико-семантическая группа слов с общим значением «головные уборы». *Мы предположили, что* 1) в словарях толкования одних и тех же слов объясняются по-разному; 2) у студентов небольшой словарный запас слов лексико-семантической группы слов с общим значением «головные уборы».

Перед собой поставили ряд задач: 1. Проанализировать литературу, дать определение понятию «лексико-семантическая группа слов». 2. Изучить особенности лексико-семантических групп слов русского языка и их классифицировать. 3. Проанализировать толковые словари русского языка, выписав слова с общим названием «головные уборы». 4. Провести опрос студентов КПОИиП с целью выявления знания у них слов с общим значением «головные уборы». 5. Составить толковый словарь (иллюстрированный) слов с общим значением «головные уборы».

Для решения задач и подтверждения гипотезы мы проанализировали лингвистическую литературу и выяснили, что понятие «лексико-семантическая группа слов» было впервые выдвинуто В. В. Виноградовым в 1977 г. *Лексико-семантическая группа* (ЛСГ) — большая группа слов одной части речи, объединенных одним словом – идентификатором или устойчивым словосочетанием, значение которого полностью входит в значение остальных слов группы и которое может заменять остальные слова в некоторых контекстах [1]. Проще сказать: *лексико-семантическая группа*— объединение слов одной части речи с общим основным компонентом значения [4].

Структура лексико-семантической группы является важной частью. В структуре ЛСГ выделяются ядро и периферия. Ядро составляет центр ЛСГ, в него входят семантически и стилистически нейтральные слова, имеющие обобщающий характер. Периферию ЛСГ составляют более редкие, лексически вторичные наименования с наибольшим числом дифференциальных сем. Например: специальные слова (термины), слова с коннотативным элементом значения. В ядре ЛСГ можно выделить базовое слово или базовый синонимический ряд. Базовое слово ЛСГ включает в своей семантике интегральную, общую сему для всех единиц данной ЛСГ. Такое слово в научной литературе называется базовым идентификатором ЛСГ [1]. Например: *молоток, лопата, грабли, клещи, пила, плоскогубцы, отвертка* — «инструменты»; *врач, медсестра, фельдшер, ординатор, акушерка, главврач и др.* — «медицинские работники».

За основу в своей работе взяли обобщённое определение: *лексико-семантическая группа* – объединение слов одной части речи с общим основным компонентом значения. Кроме того, мы проанализировали толковые словари [2,3, 5, 6]. Методом сплошной выборки из словарей нами обнаружено 45 слов со значением «головные уборы». В работе мы дали сопоставительное толкование всем найденным словам. Например, в Толковом словаре русского языка С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой было найдено 38 значений, в «Толковом словаре живого великорусского языка» В. И. Даля – 17, в Толковом словаре

русского языка Д. Н. Ушакова – 38, в Толковом словаре Т. Ф. Ефремовой – 42. Из цифровых показателей видно, что в словарях представлено разное количество слов.

Для подтверждения второго условия гипотезы мы провели опрос среди студентов разных специальностей колледжа (1–2 курсы, 96 чел.). Попросили назвать известные головные уборы, дать толкование трем наименованиям и определить понятие по определению. Результаты подтвердили нашу гипотезу.

Так, отвечая на 1-й вопрос, студенты назвали всего 18 видов головных уборов, что составляет меньше половины от того, что нами было найдено в толковых словарях. Каждый из респондентов написал «кепка»; 22 человека указали «шапку»; шляпу назвали 15 чел.; платок – 13; панаму – 11; фуражку – 8; бандану – 7; ушанку, цилиндр, бейсболку, кокошник по 4 чел.; косынку – 2; берет, колпак, шлем, капюшон, треуголку назвали по 1 чел.

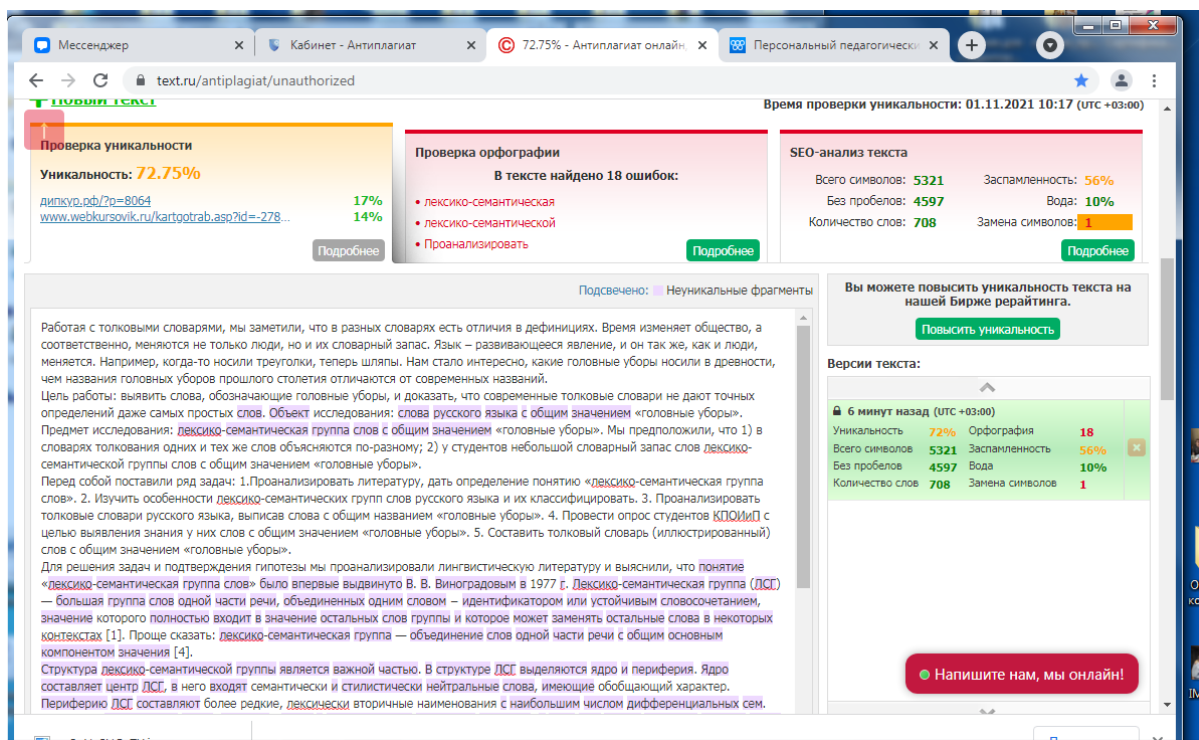
Отвечая на 3-й вопрос, как называется летняя широкополая шляпа, плетенная или матерчатая, с мягкими полями, только 37 % студентов правильно определили предмет – «панаму». Таким образом, второе условие гипотезы мы доказали: у студентов малый словарный запас слов лексико-семантической группы слов с общим значением «головные уборы».

Практической значимостью работы стало составление общей таблицы с определениями слов данной группы (определения взяты из разных толковых словарей и обобщены) и иллюстрированного словарика. Данные материалы можно использовать в начальной школе при изучении литературных произведений, а также на уроках русского языка с целью обогащения словарного запаса обучающихся.

Кроме того, словарик можно использовать во внеаудиторной работе при проведении часов общения. На наш взгляд, он будет полезным и широкому кругу читателей, например, покупателям и продавцам в магазинах, где продаются головные уборы.

Библиографический список

1. Виноградов В. В. Лексикология и лексикография. Избранные труды [Электронный ресурс] // <https://obuchalka.org/2016110591627/leksikologiya-i-leksikografiya-izbrannie-trudi-vinogradov-v-v-1977.html> (дата обращения 16.04.2021)
2. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка [Текст] / В. И. Даль. – М.: Олма-Пресс: Крас. пролетарий, 2004. – 700 с.
3. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. [Текст] В 2 т. / Т.Ф. Ефремова.– М.: Рус.яз. 2000. – 1209 с.
4. Морозов А. К. Лексика – что это такое, какая она бывает и как легко в ней разобраться [Электронный ресурс] // Основные понятия лексики.- 2020.- <https://vsvoemdome.ru.turbopages.org/vsvoemdome.ru/s/obrazovanie/leksika-chto-eto-takoe>. (дата обращения 13.02.2021)
5. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка [Текст] / С. И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: ИТИ Технологии, 2015. – 944 с.
6. Толковый словарь русского языка: в 4 т. / под ред. проф. Д. Ушакова [Текст]. – М.: ТЕРРА- Книжный клуб, 2007. – 752 с.



АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ БЛОГЕРОВ (НА МАТЕРИАЛЕ КНИГ Н. КРАСНОВОЙ И А. ЖИДКОВСКОГО)

*Юрина Мария Егоровна, Табачкова Анна-Мария Владиславовна
Научный руководитель – Буянова Оксана Дмитриевна, преподаватель
ОГБПОУ “Томский Политехнический техникум”, г. Томск, Россия*

В 21 веке часто можно услышать об эпохе литературы центризма (литературоцентризм – характерное явление русской культуры 19 – 20 веков, состоящее в том, что литература была центром духовной жизни общества, колыбелью русской интеллигенции), чтение как таковое не отесняется на периферию духовной жизни человека. Дело, скорее, в другом: меняется аудитория читателей, их мысли и восприятие, а, следовательно, нужно менять систему передачи информации. Находясь в 21 веке, нельзя игнорировать роль специфического феномена “сетевой литературы”, понимая под этим процесс рождения литературы непосредственно в сети.

Сетевая литература состоит из двух встречных тенденций.

1. Литература создается изначально в сети в электронном варианте
2. Книжные варианты со временем размещаются в блогосфере
3. выходя из блогосферы, информация облекается в книжную форму

Примером третьей тенденции показательным является опыт, Натальи Красновой (Стендап-комик, инстаграм-блогер, мама двойняшек, учитель с 10-летним стажем), которая имея аудиторию 2,5 миллиона человек, своих ценителей и поклонников, начала выпускать книги, основанные на ЛС, которые ей присылали подписчицы и подписчики в надежде на помощь человека, прошедшего через некоторые трудности в отношениях. Изначально это были просто переписки, ролики в Инстаграм, статьи, стендап-

выступления, позже, согласно с интервью с Н. Красновой, информации стало так много, что она была собрана и оформлена в бумажные издания.

Смыслом такой трансформации является расширение читательского пространства, за счет привлечения другой читательской аудитории. Многие люди, создающие литературу в интернете, и предпочитают называться сетераторами. В аргумент этому некоторые приводят то, что им не так страшно ошибиться, не нужно каких-либо навыков в этой сфере, ведь можно будет сослаться на термин “сетератор”, которого просто будут читать в интернете и не будут осуждать в непрофессионализме.

Наталья Краснова не относится к этой категории, хоть она и блогер, но не называет себя сетератором, она работала учителем, и с орфографией и пунктуацией у нее все прекрасно. Наталья как обычный человек, имеет семью, и в литературное творчество ушла не зная, получится ли у неё это, хотя много лет и являлась сценаристом выступлений команд КВН и стендап-выступлений.

Многие люди воспринимают интернет-литературу именно как творчество, а не как просто какой-то текст неизвестного человека.

Если рассмотреть настоящую ситуацию, то в интернет-литературе, создаваемой сетераторами множество плюсов. Во-первых, для того, чтобы стать таковым нужно всего лишь создать блог и начать творить. Во-вторых, не нужно каких-то материальных затрат, нет ни прибыли, ни убытков. Такое творчество можно назвать “чистым” искусством, независимым от материального положения и затрат. Так же таким образом, авторы могут заводить больше друзей или писать просто для того, чтобы излить свои эмоции, поднять себе настроение или дать кому-либо совет для данной ситуации, которая могла произойти. Книги блогеров представляют собой оригинальный художественный феномен, в котором имеется больше виртуального пространства и механизмов, привычных интернет-пользователям. На презентациях своих книг, она делится опытом, выслушивает и отвечает на вопросы своей аудитории. Несмотря на то, что Наталья после первого развода осталась с 2 детьми и без алиментов, она не пала духом и смогла стать успешной. Она не жалеет о расставании и, наоборот, вдохновляется своими бывшими партнерами и, благодаря опыту, полученному в отношениях, пишет свои книги, которые популярны и основаны на жизненных ситуациях.

Также, еще один блогер – Алексей Жидков известный под псевдонимом Жидковский, который также, как и Наталья Краснова пишет книги. Инстаграм-блогер, визажист. В 20 лет стал широко популярен. На данный момент его аудитория составляет 1,4 млн человек. “Сам себя я называю быдлом в светской обертке. С виду вроде приличенький, но увы, как рот раскрою, так тушите свет. В моем лексиконе отражается вся лингвистическая помойка окраин. Понятное дело – гордиться здесь нечем. Это откровенная распущенность, но никак не изюминка. Разумеется, если я окажусь в обществе, где котируются лишь обсуждения о насущном и высоком, то я могу сдерживать колкость языка и войти в режим полной цензуры.” Алексей считает, что его эпатажный образ – это олицетворение его внутреннего я. Жидковский использует яркий макияж в повседневной жизни и считает, что это нормально. Он говорит, что макияж может быть применим в равной степени как для женщин, так и для мужчин. Также, как и Наталья, ведя свой блог в инстаграме, рассказывает там о подробностях из жизни и позиционирует свой блог как дневник. Жидковский – образованный молодой человек, утверждающий, что в обществе, где обсуждаются высокие темы, он сможет поддержать разговор, не

применив ни одного матерного слова. В своей книге “Жизнь одна – подумай, а!” также, как и многие сетераторы рассказывает о детстве, рассуждает о наболевших проблемах, опираясь на свой жизненный опыт. Как говорил сам Алексей: “У меня нет гендерной дисфории. Я понимаю, что я мальчик. То, что у меня в паспорте, то и в жизни. Я не с другой планеты, я не какого-то третьего пола. Мне просто нравятся всякие женские штучки-дрючки, всякие уловочки, все эти пиджаки, сумочки... Это красиво, это ярко, это целый загадочный мир с уловками и тайнствами. у меня огромный выбор цветов и принтов – хоть в полоску, хоть в тигровые пятна. Мужская мода очень скучная. Она мне претит”

Алексей не стесняется писать о себе, не стесняется выглядеть как хочет и делать все, что ему захочется. В интернете автор может быть ближе к своей аудитории, общаясь между собой проще будет понять, что нравится твоей аудитории, а что нет. Так же немаловажно то, о чем ты пишешь и как хорошо разбираешься в данной теме. Многие люди врут в своих книгах, произведениях дабы понравиться другим, но ведь есть люди, которые смогут принять тебя таким какой ты есть. Важно чтобы ты был искренним в своих произведениях, особенно если это книги, связанные с психологией, или о жизненном опыте.

Краснова стала писать книги пережив развод с двумя мужьями. Первый сказал, что живет с ней из жалости, а второй через время начал изменять, но в тот момент Наталья материально от него зависела и прожила с ним еще 2 года.

Еще более известной Наталья стала после вопроса президенту России Владимиру Путину. Девушка спросила о том, когда блогерство в стране станет официальной профессией. Ее подписчики и зрители разделились во мнении: кто-то осудил за столь глупый вопрос президенту, кто-то поддержал и оценил чувство юмора девушки.

Жидковский же написал книгу, в которой рассказал о многих интересующих вопросах, касающихся его жизни. Хотя и отношения в школе были не очень, благодаря помощи мамы и репетиторам он ее все-таки закончил и совсем даже не плохо. Его отношения с отцом так же, как и с матерью были хорошими, но вот отец не поддерживал мальчика в его увлечениях косметикой и тому подобное. А ведь проблемы “отцов и детей” есть всегда, но у Жидковского они не гипертрофированные. Но в книге Алексея намного больше позитива, чем негатива. В этой книге большое количество благодарностей разным людям. Конечно, есть и те, кого Алексей упоминает не с очень хорошей стороны. Если отбросить ненормативные слова из книги, то ее очень даже легко читать по сравнению с многими современными произведениями. Также Жидковский говорил: “Мой внешний вид понимают и принимают не все. Но ведь для нас ничего не значит общество, которое обсуждает и пытается навязать какие-то свои взгляды.” Тем самым он показывает, что не нужно воспринимать мнение других близко к сердцу, то же самое высказывание можно отнести и к произведениям малоизвестных, да и ко всем писателям и их произведениям. Ведь многие люди, боясь критики, осуждения, пишут именно в сети. А некоторым просто удобнее сидеть дома, в уютной атмосфере общаясь и изъясняя свои мысли через интернет. Узнав немного о авторах можно заметить, что хоть и Жидковский и Краснова являются сетераторами, но у них много различий.

Во-первых, возраст, а, следовательно, разная читательская аудитория, разные взгляды на жизнь. Так же можно заметить, что Наталье не особо принципиальна

внешность, для нее важнее внутренняя составляющая, чувства и мысли. А вот Жидковский, наоборот, даже на улицу не может выйти без макияжа, тратит на него около 2 ч. в день, ему, как и многим девушкам нравится ухаживать за собой и носить всякие сумки и т.д.

Также если сравнить их мотивацию при получении образования, то Краснова по сравнению с Жидковским упорно шла к цели, а Алексей окончил университет, лишь потому что так захотела его мама.

Еще если сравнивать этих двух людей можно сказать то, что родственники Жидковского состоятельные люди, и у него никогда не было материальных проблем. А вот Наталья вынуждена была пробивать себе дорогу самостоятельно.

У Алексея и Натальи диаметрально разные взгляды на демонстрацию своей личной жизни: Наталья открыто говорит о своих бывших, и даже пишет про них целые книги, а вот про отношения Алексея неизвестно ровным счетом ничего. Подводя итог сравнения этих 2 блогеров, можно сказать, что хоть они и находятся в одной сфере общества у них ни так уж и много сходств.

Писатели не случайно уделяют внимание процессу авторского решения сайта или книжного издания. В 21 веке писатели пытаются провести линию между “интернет-литературой” и “книжной”. Сетераторы анализируют, как и в какой форме лучше преподнести информацию, для того чтобы она лучше воспринималась для той или иной аудитории читателей. Хорошей чертой в интернет-литературе является мобильность. Мобильность – относительная анонимность т.е. возможность общаться не только с большой разной аудиторией, но делать это здесь и сейчас, используя все возможности, предлагаемые интернетом.

Также, важной частью, определяющей фокус восприятия книги, является предисловие. Оно может носить игровой характер, при этом совмещает в себе множество функций:

1. Является маркером книги как художественного целого. Понятие книги, как целостного художественного целого включает в себя представление о ней как об идейно-художественном комплексе, инструменте для чтения, о вещи в пространстве, о технологическом комплексе, художественно-пластическом организме и тому подобное.

2. Содержит ключ восприятию литературного материала. Восприятие превращается в теоретическую деятельность, которая включает синтез и анализ, истолкование воспринятого и осмысление. В частности, в психологической литературе существуют разные подходы к определению понятия восприятия.

3. Включает авторскую позицию. Авторская позиция – это итог размышлений, к которым пришел автор.

Предисловие является важной составляющей книг, поэтому в содержательном и стилистическом плане оно обусловлено спецификой авторской манеры.

Также, для того чтобы заинтересовать читателя, особенно сетераторы могут использовать в качестве приема, возможность собственной оценки ситуации. Тем самым, читатель сам может выдвинуть свои предположения для решения данной проблемы в произведении.

Предисловие, несмотря на лаконичность, поражает емкостью: в нем весь фокус книги. Читатель и автор как будто становятся “по одну сторону”. Автор становится на место читателя и наоборот.

Сейчас 21 век – технологий, многие переходят на гаджеты, все меньше становится людей, которые, как и раньше общаются в живую, меньше людей, читающих бумажные книги, ведь проще прочитать в интернете, чем покупать или идти за ней в библиотека. А сетераторов становится все больше в нашей жизни. По моему мнению это хорошо, ведь тогда каждый сможет найти себе автора по душе. В интернете проще собрать аудиторию читателей и понимать, как лучше и какую информацию преподнести своим поклонникам и читателям.

Я считаю, что у нас огромные перспективы, и мы активно растем. Я счастлива, что благодаря книжному блогингу мы еще и выполняем некую социальную миссию.

Библиографический список

1. Журнал «Космополитен»: сайт: URL: <https://www.cosmo.ru/stars/krupnim-planom/ya-ponimayu-chto-ya-malchik-otryvok-iz-knigi-alekseya-zhidkovskogo/> (дата обращения 20.12.2021г.). – Режим доступа: для общего чтения. Текст: электронный.
2. Журнал «Собака.ру» : сайт: URL: <https://www.sobaka.ru/fashion/heroes/127120> (дата обращения 20.12.2021г.). – Режим доступа: для общего чтения. Текст: электронный.
3. А. Жидковский. Жизнь Одна – Подумай, А!» – Москва: ООО «Издательство АСТ», 2021. – 224 с. – (Звезда рунета): - текст непосредственный.
4. Бывшие: Книга о том, как класть на тех, кто хотел класть на тебя/ Наталья Краснова. – Москва: издательство АСТ, 2018. – 272 с. – (МастерБлога): - текст непосредственный.
5. Краснова Наталья. Развод. Как выжить после расставания, а не из ума. – Москва: Издательство АСТ, 2020. – 352 с.: (МастерБлога): - текст непосредственный.
6. Краснова Наталья. 1000 и 1 ночь без секса. Черная книга. Чем занималась я, пока вы занимались сексом. – Москва: Издательство АСТ, 2019. – 304 с. (МастерБлога): - текст непосредственный.
7. Краснова Наталья. 1000 и 1 ночь без секса. Белая книга. Чем занималась я, пока вы занимались сексом. – Москва: Издательство АСТ, 2019. – 304 с. (МастерБлога): - текст непосредственный.

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА И ЕЁ ВИДЫ В НАЗВАНИЯХ ПЕРЕДАЧ ЮМОРИСТИЧЕСКОГО ШОУ «УРАЛЬСКИЕ ПЕЛЬМЕНИ»

Хлобыстов Сергей Русланович

*Научный руководитель – Цыганова Наталья Дмитриевна, преподаватель,
канд.фил.наук ГБПОУ РХ «Училище (техникум) олимпийского резерва»,
г. Абакан*

Современный медиа-дискурс в значительной степени представлен юмористическими жанрами развлекательных программ, шоу, что и обуславливает актуальность исследования видов языковой игры, используемых в таких передачах.

Языковая игра не может существовать в отрыве от языковой личности, создающей и воспринимающей ее. Эффект языковой игры можно считать достигнутым только при осознании его адресатом. Отсюда вытекает, что в самом условии осуществления этого процесса лежит апелляция к собеседнику, контакт между участниками коммуникативного

акта. Т. П. Куранова высказывает мнение, что «цель игры – доставить удовольствие людям, которые принимают в ней участие» [Куранова, 2008, с. 25].

Особый вид языковой игры представляет собой синтаксическая трансформация, модификация идиом, когда за искажённой синтаксической единицей носитель языка легко узнаёт отсылку к общеизвестному выражению. Языковые единицы подобного типа по-разному называются в лингвистической литературе в зависимости от исходного материала и способа его трансформации: синтаксическая контаминация, антипословицы, трансформация паремий (фразеологизмов), контаминация фразеологизмов и др. Мы используем термин «модифицированные идиомы», считая его наиболее удачным и правильным по следующим причинам: 1) под идиомами понимаем все устойчивые сочетания слов (фразеологизмы, паремии, общеизвестные социально-культурные факты, выраженные устойчивыми словосочетаниями и предложениями из песен, фильмов и т.д. (например, тема традиционного школьного сочинения «Как я провёл лето», бубновый туз, фильм «Люди Икс», песня «Не вешать нос, гардемарины» и т.п.); 2) термин «контаминация идиом» не уместен, так как подразумевает смешение устойчивых единиц (например, *играть значение*), а наш языковой материал представляет собой именно переделанное, новое словосочетание с аллюзией на известное.

В качестве удачного, яркого примера использования языковой игры в развлекательно-юмористическом дискурсе мы взяли названия передач шоу «Уральские пельмени» (92 синтаксические единицы). Целью исследования стал анализ синтаксических и лексических средств, используемых в названиях передач для создания комического эффекта и обозначения темы конкретных передач.

Примеров модифицированных идиом в названиях передач шоу «Уральские пельмени» 31 и 49 модифицированных идиом с созвучием (из 92, то есть 33,7% и 53,2% соответственно).

1. **Модифицированные идиомы:**

1) «Агенты 0,7» — пародируя кинофраншизу об агенте 007 Джеймсе Бонде, участники играют секретных агентов; 2) «Весь апрель — никому...» — весенний выпуск к 1 апреля; 3) «По уши в ЕГЭ» — посвящено выпускным школьным экзаменам, происходит от выражения «по уши в дерьме»; 4) «Из грязи в стразы» — пародия на русскую поговорку «из грязи в князи», гламурный выпуск; 5) «От томата до заката» — о дачной жизни, название происходит от фильма «От заката до рассвета» и др.

2. **Модифицированные идиомы с созвучием:**

1) «Гори оно всё... конём!» (по аналогии с «Гори оно всё огнём»);
2) «Падал прошлогодний смех» — посвящено Новому году, название выпуска происходит от мультфильма «Падал прошлогодний снег»;
3) «Шагом фарш!» — посвящено Дню защитника Отечества, название происходит от команды «Шагом МАРШ!»;
4) «В гостях у скалки» — посвящено Международному женскому дню, название происходит от передачи «В гостях у сказки» и др.

3. Кроме того, несколько названий представляют собой **сочетание модифицированной идиомы и эрратива**(4,3%):

1) «Муж на щас» — отсылка к услуге «муж на час», посвящено 23 февраля;
2) «Восстание мушин» — отсылка к фильму «Терминатор 3: Восстание машин», посвящено празднику 23 февраля;

3) «Коллорыискуств» — искорёженное выражение «Коридоры искусств», посвящено разным видам искусств;

4) «Женское — щас я!» — концерт, посвящённый Женскому дню 8 марта, от песни Татьяны Овсиенко «Женское счастье».

4. **Сочетание модифицированной идиомы и контаминации** (3,2%):

1) «Медкомиссия невыполнима» — посвящено празднику 23 февраля, отсылка к фильму «Миссия невыполнима»;

2) «В поисках Асфальтиды» — название происходит от «В поисках Атлантиды»;

3) «50 друзей СОКОЛОУшена» — отсылка к названиям фильмов «Трилогии Оушена», концерт посвящён юбилею Дмитрия Соколова;

5. **Контаминация лексическая наблюдается в следующих названиях** (5,4%):

1) «Страна Гирляндия» — новогодний выпуск (гирлянда + географическое название по аналогии: Финляндия, Гренландия, Лапландия);

2) «Оливьеды» — новогодний концерт (контаминация в виде наложения: оливье + ед);

3) «Снегодяи» (2 части) — новогодний концерт (контаминация в виде наложения: снег + негодяи);

4) «Ура! Стипенсия!» — студенческий выпуск (контаминация в виде амальгамации (по И.В. Пекарской [3, с.186]) или портмоне (по М.Н.Эпштейну [5]): стипендия + пенсия);

5) «Смешняги» — пародия на стиляг, в основном базируется на прошлых номерах команды (контаминация в виде амальгамации (по И.В. Пекарской) или портмоне (по М.Н.Эпштейну): смешные + стилиаги).

Итак, большая часть названий передач юмористического шоу «Уральские пельмени» представлена модифицированными идиомами, обычно в сочетании с созвучием с компонентом исходной идиомы; реже – в сочетании с лексической контаминацией (или лексическая контаминация в чистом виде) и эрративом. Идиомы в названиях передач юмористического шоу «Уральские пельмени» служат «строительным» материалом для создания новых, неожиданных, экспрессивных образов, языковой игры. Следует отметить, что все модифицированные идиомы строятся на «эффекте узнавания» носителями языка, иначе они не оказывали бы такого комического эффекта.

Библиографический список

1. Куранова, Т. П. Языковая игра в речи теле- и радиоведущих [Текст]: автореф. дис. канд. филол. наук / Т. П. Куранова. – Ярославль: изд-во Ярослав. гос. пед. ун-т им. К.Д. Ушинского, 2008. – 254 с.

2. Пекарская, И. В. Контаминация в контексте проблемы системности стилистических ресурсов русского языка [Текст]: в 2-х частях / И. В. Пекарская. – Абакан, Издательство Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова, 2000. Ч. 1. – 248 с., ч. II. – 344 с.

3. Эпштейн, М. Н. Типы новых слов: опыт классификации [Электронный ресурс] / М. Эпштейн. – URL: <http://www.grammar.ru/KOL/?id=1.32> (дата обращения: 13.06.2011).

ИОННОЕ ИЗЛУЧЕНИЕ: ВРЕД ИЛИ ПОЛЬЗА?

Циганков Егор Владимирович

*Научный руководитель – Сиротинкина Анастасия Петровна, преподаватель
ГБПОУ РХ «Черногорский горно-строительный техникум», г. Черногорск*

Атомная энергия достаточно активно используется с мирными целями, например, в работе рентгеновского аппарата, ускорительной установки, что позволило распространять ионизирующие излучения в народном хозяйстве. Учитывая то, что человек ежедневно подвергается его воздействию, необходимо узнать, какими могут быть последствия опасного контакта и как обезопасить себя. Ионизирующее излучение оказывает непосредственное влияние на организм человека. Несмотря на то что ионизирующее излучение может применяться в медицине, оно чрезвычайно опасно, о чем свидетельствует его характеристика и свойства.

Известными разновидностями являются облучения радиоактивные, которые появляются по причине произвольного расщепления атомного ядра, что вызывает трансформацию химических, физических свойств. Вещества, которые могут распадаться, считаются радиоактивными. Они бывают искусственными (семьсот элементов), естественными (пятьдесят элементов) – торий, уран, радий. У них имеются канцерогенные свойства, выделяются токсины в результате воздействия на человека могут стать причиной рака, лучевой болезни. Необходимо отметить следующие виды ионизирующих излучений, которые оказывают воздействие на организм человека: альфа лучи, бета лучи, гамма лучи, рентгеновское ионизирующее излучение [1].

Существуют различные методы регистрации и дозиметрии: ионизационный (связанный с прохождением ионизирующего излучения в газах), полупроводниковый (в котором газ заменен твердым телом), сцинтиляционный, люминесцентный, фотографический. Эти методы положены в основу работы дозиметров радиации. Среди газонаполненных датчиков ионизирующего излучения можно отметить ионизационные камеры, камеры деления, пропорциональные счетчики и счетчики Гейгера-Мюллера. [2]

Действие ионизирующего излучения на организм человека особенно опасно. Несмотря на использование радиационных приборов в медицине, их действие может быть пагубным. В результате могут возникать различные заболевания вплоть до онкологии, паралича и лучевой болезни. Чрезвычайно опасно для детей и беременных, так как происходит аномальное развитие органов и тканей. Токсины, радиация – источники опасных заболеваний. [3]

Определение эффективной защиты от вредных лучей лежит в основе профилактики поражения человека во избежание появления негативных последствий.

Источники излучений широко используются в технике, химии, медицине, сельском хозяйстве и других областях. Однако источники ионизирующего излучения представляют существенную угрозу здоровью и жизни использующих их людей. Для определения индивидуальных доз облучения персонала необходимо систематически проводить радиационный (дозиметрический) контроль, объем которого зависит от характера работы с радиоактивными веществами. При проведении работ с источниками ионизирующих излучений опасная зона должна быть ограничена предупреждающими надписями. [5].

Библиографический список

1. <https://otravlenym.ru> (дата обращения 14.01.2022).
2. <https://otravleniya.info/izluchenie/ioniziruyushhee.html> (дата обращения 14.01.2022).
3. <https://бмэ.org/index.php> (дата обращения 14.01.2022).
4. <http://www.grandars.ru> (дата обращения 14.01.2022).
5. www.izvestia.ru/wellness/article3152838/ (дата обращения 14.01.2022).

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ И КОНЦЕПЦИЯ SMART CITY

Гурина Анна Дмитриевна

*Научный руководитель – Галанова Мария Александровна, преподаватель
УО «Мозырский государственный политехнический колледж», г.Мозырь*

Маркетинг территории рассматривается как технология управления, направленная на повышение конкурентоспособности и обеспечение экономического роста. В цифровом маркетинге используются все цифровые каналы взаимодействия с аудиторией. Цифровой маркетинг территорий – это технология, направленная на создание, продвижение территории с использованием цифровых технологий. Это процесс формирования и продвижения виртуального потенциала территории с целью повышения конкурентоспособности ее реального потенциала.

Цифровой маркетинг территории можно рассматривать как один из элементов проекта «Умный город», в том числе для решения вопросов городского планирования и управления. Актуальность рассматриваемой темы подтверждается тем, что по данным исследования ООН к 2030 году больше 60 % людей будут жить в городах с населением в полмиллиона человек и выше. Процесс урбанизации стремителен и бесконечен. При таких темпах нагрузка на городские службы оказывается непосильной. Для решения этой проблемы была разработана концепция «Умного города» (SmartCity). Цель работы – анализ цифрового маркетинга территорий как элемента концепции «Умный город». Для достижения цели необходимо решить следующие задачи: раскрыть теоретические аспекты цифрового маркетинга территорий; провести анализ цифрового маркетинга территорий как элемента концепции «Умный город». Предметом исследования является использование цифрового маркетинга территорий в концепции «Умный город». Методы исследования: изучение и анализ литературы, периодических изданий, СМИ, сети Internet, анализ статистических данных.

Цифровой маркетинг на современном этапе рассматривается с различных позиций. В ходе изучения темы мной был проведен опрос. Все участвующие в опросе общих чертах смогли определить основные черты цифрового маркетинга территорий. Можно представить его и, как инструмент управления развитием территорий, который обеспечивает открытость и доступность субъектов управления для потребителей ресурсов региона, позволяет проводить мониторинг и своевременный анализ изменений, происходящих в регионе и за его пределами, способствует координации процесса управления, облегчает контроль. Можно утверждать, что цифровой маркетинг территории – это деятельность по формированию электронной информационно-коммуникационной диалоговой среды, усилению и адресному продвижению привлекательных внутренних условий, преимуществ территории для привлечения и повышения интереса к ее ресурсам.

Концепция «Умный город» получила достаточно широкое распространение и в настоящий период реализована в полном объеме или в отдельных элементах в 2500 городах мира. При изучении данного понятия можно выделить различные понятия и признаки такого города. На основании опроса можно сделать вывод, что большей части опрошенных участников понятие умного города знакомо. В ходе беседы было выявлено, что в целом все участники опроса, за исключением ответивших «Нет», сходятся в определении термина. Однако, стоит отметить, что не смотря на то, что на первый взгляд понятие определено точно можно охарактеризовать, стоит привести определения, встречающиеся в теоретических источниках. В целом SmartCity – это: город, в котором используются ИКТ с целью повышения качества жизни их граждан при обеспечении устойчивого развития; интеллектуальный способ предоставления услуг и реализации функций государственного управления, основанный на широком использовании в отраслях городской экономики аппаратно-программных и организационно-технических средств; целостная концепция умной интеграции информационных и коммуникационных технологий для мониторинга и управления городской инфраструктурой; это градостроительная концепция интеграции множества информационных и коммуникационных технологий (ИКТ), в том числе систем Интернета вещей для управления городской инфраструктурой: транспортом, образованием, здравоохранением, системами ЖКХ, безопасности и т.д.; эффективная интеграция физических, цифровых и человеческих систем в искусственно созданной среде с целью обеспечить устойчивое, благополучное и всестороннее будущее для граждан; это созданная человеком взаимосвязанная система информационных и коммуникативных технологий с интернетом вещей, которая упрощает управление внутренними городскими процессами и делает жизнь жителей комфортнее и безопаснее.

В ходе беседы с учащимися и работниками колледжа были определены цели умного города в жизни опрашиваемых: не приходится тратить время в пробках, долго искать парковочное место, беспокоиться о своей безопасности, искать место для рыбной ловли, переживать о погодных условиях, стоять очередь в регистратуре и т.д.. Обобщая изученный мной материал, к целям умного города могу отнести: повышение эффективности деятельности, качества, производительности и интерактивности городских служб, снижения расходов и потребления ресурсов, улучшения связи между городскими жителями и государством; улучшение управления городскими потоками и быстрой реакции на сложные задачи; улучшение качества жизни жителей с помощью технологии городской информатики для повышения эффективности обслуживания и удовлетворения нужд как физических, так и юридических лиц; минимизация доли вклада человека в модель управления городом, а по отдельным направлениям полная замена живого труда в функции управления.

К задачам цифрового маркетинга территории относят: совершенствование процесса управления регионом, городом, предприятиями, организациями вследствие облегчения доступа к обширным информационным ресурсам, оперативного обмена информацией, наличия обратной связи; сбор информации о лицах (юридических и физических), интересующихся регионом, городом, о предметах их интереса, характеристиках запрашиваемой информации с целью структурирования информационных запросов потребителей по целевым группам и налаживания с ними конструктивного диалога.

Ежегодно крупные города, а также отдельные регионы и территории становятся более приспособлены к проживанию и посещению, благодаря информационным технологиям. Цифровые технологии способствуют улучшению жизни горожан на всех уровнях. Незаменимы они и для туристов. Большинство опрошенных считают, что благодаря внедрению различных систем в жизнь города жить становится комфортнее и проще. Это очевидно, но есть трудности и угрозы внедрения данной концепции.

«Умная» модель развития, как и внедрение цифрового маркетинга территорий предполагает постоянные инновации для решения проблем региона на всех уровнях управления. Для изменений требуется много ресурсов и энергии, система активно сопротивляется, стремясь сохранить свое постоянство.

Цифровой маркетинг территорий использует большие базы данных. Он способен охватить огромное количество потенциальных территориальных потребителей одновременно, при этом продвижение становится все более адресным и нацеленным. Информационная инфраструктура умного города – сложная система, состоящая из большого количества подсистем и устройств, которые собирают, обрабатывают, анализируют, передают и хранят массивы данных. Для того чтобы они начали работать нужно создать инфраструктуру и обозначить задачи, и составить план внедрения и реализации.

Изменяются коммуникации и инструменты продвижения, используемые территориями. Официальный портал города, области или страны содержит важную информацию для различных категорий потребителей, предоставляет различные сервисы, способствует формированию единого информационного пространства, открывает новые возможности для создания, построения и управления взаимоотношениями с различными потребителями территории. Житель становится потребителем благ системы «умного города». Однако сегодня разработки ученых в области создания искусственного интеллекта не позволяют доверить ему функцию принятия управленческих решений.

Использование цифровых технологий делает продвижение территорий более диверсифицированным, нацеленным и вовлекает потребителей по всему миру. Однако это усложняет восприятие территорий и может способствовать формированию противоречивого имиджа. По мнению ученых к 2030 году приватность полностью исчезнет из человеческой жизни. Из бесед с учащимися и работниками колледжа могу сделать вывод, что это основной недостаток внедрения умного города, который беспокоит практически всех. К угрозам в ходе реализации «умного города» и цифрового маркетинга можно отнести: цифровое неравенство и риск появления жесткого контроля; исключение горожан и местных сообществ из процесса принятия решений о развитии региона проживания; реализация проектов, исключительно из интересов политических и экономических элит; подмена социальной и повестки техническими вопросами; игнорирование особенностей территорий; технические риски.

Реализовывать стратегию развития умного города можно двумя способами: спроектировать город «с нуля» и в основе проекта заложить исполнение одной или нескольких целей; взять за основу уже существующий город. В любом варианте основой станет цифровой маркетинг территории.

Создание умных городов – одно из ключевых направлений цифровой экономики во всем мире. Спрос на элементы цифрового маркетинга Рынок умных городов растет. Не

является исключением и Беларусь. С утверждением Государственной программы «Цифровое развитие Беларуси» на 2021-2025 годы дан старт реализации комплексного проекта республиканского масштаба «Умные города Беларуси». В результате последовательной реализации проекта будет обеспечено построение современной системы управления регионами как базиса для проведения мероприятий по комплексной цифровой трансформации экономики и социальной сферы Республики Беларусь.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

Цифровой маркетинг территории – это реализация маркетинговой деятельности в рамках маркетинговой стратегии региона с использованием ИКТ. Умный город – город, в котором, используются ИКТ, в котором все процессы контролируются и оптимизируются. Итогом является территория, на которой удобно, комфортно, безопасно и легко находиться. Умный город можно сравнить с живым организмом, который работает, отлажено и на благо общественности, используя цифровой маркетинг территорий. Сервисы умного города повышают уровень жизни. С внедрением смарт-сервисов жизнь становится более комфортной, но и безопасной. При развитии цифрового территориального маркетинга региона оптимизируются затраты на коммуникации, происходит продвижение региона, его имиджа и бизнеса на рынок. Цифровые маркетинговые технологии помогают оптимизировать все процессы. Они положительно влияют на развитие экономики, промышленности. Цифровизация оптимизировать бизнес. С помощью смарт-технологий насущные проблемы решаются быстрее и эффективнее. Цифровой маркетинг является элементом смарт-сити. Успех внедрения технических решений зависит от человеческого фактора. Чтобы стать действительно умным, городу требуется умная материально-техническая база, умное управление и умные горожане.

Библиографический список

1. Есаулов Г.В. «Умный» город в цифровой экономике // Academia. Архитектура и строительство – 2017 – № 4 – С. 68-74.
2. Иванов Н.А. Территориальный маркетинг в эпоху развития цифрового пространства: особенности, проблемы и перспективы // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2017.

ТЕХНОЛОГИЯ РАБОТЫ С ЗАПРОСАМИ СОЦИАЛЬНО-ПРАВОВОГО ХАРАКТЕРА

Шаройко Илона Андреевна

Научный руководитель – Пронькина Оксана Валентиновна, преподаватель

ФГБОУ ВО «ХГУ им. Н.Ф. Катанова»,

Институт непрерывного педагогического образования,

Колледж педагогического образования информатики и права, г. Абакан

Ежедневно в государственные и муниципальные архивы поступает большое количество запросов от юридических и физических лиц с просьбой подтвердить те или иные сведения, необходимые при решении вопросов их социально-правового обеспечения.

Запрос – это письмо организации или заявление гражданина, в котором сформулирована тема, географические и хронологические рамки необходимой заявителю

информации [5]. Запросы пользователей, поступающие в архив организации, подразделяются на тематические, генеалогические и социально-правовые.

Запросы, связанные с социальной защитой граждан, предусматривающие их пенсионное обеспечение, а также получение льгот и компенсаций в соответствии с законодательством Российской Федерации и международными обязательствами Российской Федерации являются запросами социально-правового характера.

Запросы от заявителей могут поступать:

- в виде бумажного документа при личном обращении заявителя;
- в виде бумажного документа путем его отправки по почте;
- в виде бумажного документа, отправленного при помощи факсимильной связи;
- в электронной форме путем заполнения формы запроса, размещенной на официальном сайте архивного учреждения и едином портале государственных и муниципальных услуг.

Запрос пользователя должен содержать следующую информацию: наименование юридического лица – автора запроса (для граждан – фамилии, имени, отчества); почтовый или электронный адрес, по которому должен быть дан ответ; информация, интересующая пользователя, и ее хронологические рамки; форму получения пользователем информации (информационное письмо, архивная справка, архивная выписка, архивная копия, тематический перечень, тематический обзор документов); личную подпись автора запроса (гражданина или должностного лица); дату [4].

Срок исполнения запроса социально-правового характера в архиве не должен превышать 30 дней с момента регистрации запроса. С разрешения руководства архива этот срок может быть при необходимости продлен с обязательным уведомлением об этом пользователя. Срок исполнения запроса по НСА архива - не более 15 дней с момента его регистрации.

Оказание помощи людям в решении вопросов их социальной поддержки в значительной мере определяет место и роль архивных учреждений в обществе. Поэтому для организации процесса исполнения социально-правовых запросов граждан на должном уровне необходимо изучить требования законодательных и нормативных актов, регулирующих данный процесс. В структуру законодательной и нормативно-правовой базы, регуливающей процесс исполнения запросов социально-правового характера, входят:

- Конституция Российской Федерации;
- федеральные законы Российской Федерации;
- нормативно-методические документы.

Конституция Российской Федерации является основным правовым актом, устанавливающим право гражданина на получение информации, закрепленной в архивных документах [1].

Федеральный закон Российской Федерации от 22.10.2004 № 125-ФЗ «Об архивном деле в Российской Федерации», закрепляет бесплатный порядок исполнения запросов социально-правового характера, связанных с пенсионным обеспечением, получением льгот и компенсаций в соответствии с законодательством Российской Федерации. Также данным законом установлена возможность направления запросов заявителей в форме электронных документов с использованием информационно-телекоммуникационных сетей общего пользования, в том числе сети Интернет [2].

К группе запросов социально – правового характера относятся исключительно те запросы, исполнение которых предусматривает подтверждение данных, необходимых для получения гражданином государственных социальных льгот. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» регулирует отношения, связанные с обработкой персональных данных органами власти на всех уровнях, участвующих в предоставлении государственных и муниципальных услуг. Согласно ч. 4 ст. 9 закона обработка персональных данных осуществляется только с согласия в письменной форме субъекта персональных данных. Персональные данные гражданина относятся к строго конфиденциальной информации, поэтому оператор, получивший доступ к персональным данным, обязан не раскрывать третьим лицам и не распространять персональные данные без согласия субъекта персональных данных [3].

Работа с социально-правовыми запросами в архиве проводится в соответствии с едиными «Методическими рекомендациями по исполнению запросов социально-правового характера», составленных сотрудниками ВНИИДАД, в п. 2.6 главы II указаны следующие этапы работы:

- консультирование заявителя;
- регистрация запроса;
- рассмотрение запроса руководством архива для передачи на исполнение в профильное структурное подразделение или конкретному исполнителю;
- сбор информации для ответа;
- подготовка ответа;
- направление ответа заявителю [4].

На этапе консультирования сотрудник архива перечисляет заявителю данные, необходимые для составления запроса по конкретной теме. Консультирование заявителя может проводиться при личном обращении, по телефону, по почте или по электронной почте. Факт консультирования отмечается сотрудником, проводившим консультацию, в базе данных, где фиксируется весь комплекс работ по предоставлению государственных услуг [4].

Регистрация запроса является основанием для начала действий по его исполнению. *Регистрация документа* – это присвоение документу регистрационного номера и внесение данных о документе в регистрационно-учетную форму [5].

Регистрация преследует следующие цели: учет документов; контроль за их исполнением; справочная работа по документам.

На поступивший запрос в правом нижнем углу ставится регистрационный штамп, в котором указывается регистрационный номер и дата поступления запроса [4].

Зарегистрированный запрос в день его регистрации рассматривается руководством архива или уполномоченным должностным лицом и направляется на исполнение в профильное структурное подразделение или непосредственному исполнителю, что фиксируется в резолюции на запросе.

На этом этапе сотрудник архива проводит проверку правомочности получения заявителем запрашиваемой информации. Если запрос касается другого лица, то заявитель должен предоставить нотариально заверенную доверенность от субъекта запроса. Также сотрудник архива проверяет запрос на повторяемость, определяет степень полноты сведений, содержащихся в запросе, определяет местонахождения архивных документов для исполнения запроса, выявляет конкретные органы и организации, куда по

принадлежности следует направить на исполнение запрос в случае отсутствия в архиве запрашиваемой информации.

После этого руководителем организации или структурного подразделения назначается исполнитель, учитывая сложность запроса, сроки его исполнения, специализацию сотрудника, его квалификацию и опыт, знания состава и содержания документов архива

Сбор информации, указанной в запросе, предполагает работу с печатными справочниками, научно-справочным аппаратом архива для выявления фондов и дел, содержащих запрашиваемую информацию [4].

Информация социально-правового характера по запросам граждан и организаций выдается в форме архивной справки, архивной копии, архивной выписки и информационного письма. Они составляются на основании сведений, содержащихся в справочно-поисковых средствах (система НСА) и документах данного архива.

Архивная справка – документ, составленный на бланке архива, имеющий юридическую силу и содержащий документную информацию о предмете запроса, с указанием архивных шифров и номеров листов единиц хранения тех архивных документов, на основании которых он составлен [5].

Архивная справка печатается в двух экземплярах. Один экземпляр направляется заявителю, а второй – хранится в архиве вместе с запросами не менее 5 лет.

При отсутствии в архиве документов, необходимых для исполнения запроса, и информации об их местонахождении, в случае пересылки запроса в профильную организацию заявителю может быть отправлено информационное письмо. В письме указываются причины, по которым запрашиваемые сведения не были выявлены, и, по возможности, предлагается алгоритм дальнейшего поиска. Информационное письмо оформляется аналогично архивной справке [4].

Исполненный запрос в электронном или бумажном виде поступает на проверку руководителю архива, который оценивает правильность его составления и оформления, полноту. Документ возвращается исполнителю для доработки, если он не соответствует необходимым требованиям. Если руководитель архива оценивает подготовленный документ положительно, то такой запрос считается исполненным и подписывается руководством архива.

Исполненные запросы и копии архивных справок с приложениями формируются в дела по годам, внутри года – в алфавитном порядке. Исполненные запросы юридических и физических лиц могут формироваться в дела отдельно [4].

Информационные документы архива высылаются по почте в адрес заявителя, как правило, простыми письмами, подлинники документы – ценными. Перед отправкой информационного документа на первом и втором его экземпляре ставится исходящий номер, соответствующий входящему, и дата отправления. В регистрационных формах отмечается характер ответа, его краткое содержание и дата отправления.

Библиографический список

1. «Конституция Российской Федерации» от 12.12.1993 (с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс] / http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения 10.12.2021)

2. Федеральный закон Российской Федерации от 22.10.2004 № 125-ФЗ «Об архивном деле в Российской Федерации» (ред. от 23.05.2016) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс] / http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1406/ (дата обращения 27.11.2021)
3. Федеральный закон Российской Федерации от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» (с изм. и доп. от 02.07.2021) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс] / http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/ (дата обращения 27.11.2021).
4. Методические рекомендации по исполнению запросов социально-правового характера, утверждены Приказом Федеральной архивной службы России и Министерством юстиции РФ от 02.08.1999 № 38/230 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс] / http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_132325/ (дата обращения 27.11.2021).
5. ГОСТ Р 7.0.8 – 2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения. [Текст], утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 17.10.2013 №1185-ст.

ВЛИЯНИЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ ЗА ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ ЧЕРЕЗ ЯЗЫК МОЛОДЁЖИ

INFLUENCE OF ENGLISH ON RUSSIAN IN RECENT YEARS THROUGH THE LANGUAGE OF YOUTH

Шачнев Денис Алексеевич

*Научный руководитель - Глазырина Анастасия Валерьевна, преподаватель
ОГБПОУ «Томский политехнический техникум», г.Томск*

Nowadays in rapidly changing world, intercultural communication is reaching a new level. The most popular language is English.

Firstly, let's define the reasons for such a huge influence of the English language on Russian, which has occurred especially over the past 10 years.

First of all, it is the expansion of contacts with the world around us in all areas, where the main language of international communication is English.

In addition, important factors are the mass study of foreign languages, the bilingual Internet (mostly), new realities of life, the widespread using of gadgets, world scientific discoveries, updating the lexical composition, the desire of modern people to decorate their speech and give it greater significance [1, с. 287].

But the most important reason is an active using of social networks and messengers in the modern life (Instagram, Twitter, VKontakte, Facebook, WhatsApp, Telegram, Viber, etc.).

Consequently, **the aim** of this work is to demonstrate the influence of English on Russian by borrowing foreign words and using them as buzzwords in Russian language. This work sets itself **several tasks**. **First**, it is necessary to define some foreign-language borrowings by asking students in English lessons about new fashionable words (buzzwords). **Secondly**, we analyze

answers and, **thirdly**, try to demonstrate the wide influence of English on Russian (based on concrete examples) in recent years.

The theme of the work is relevant because of the recent active using of English words in Russian speech by the modern generation. The rapid invasion of English into Russian has its own grammatical manifestations. Thus, in the Russian language today, the grammatical construction "noun + noun", which was dormant in the language earlier, has become very productive, where the first noun is the definition for the second. Now we are no longer surprised, as it was fifteen years ago, by a fitness club, a Comedy club, a reference laboratory, a design project, a bar code combination such as *President hotel, luxury vacation, all-inclusive*, etc. Thus, we can talk about the existing "fashion for words" in the language [2.8]. Today, especially popular 'fashion words' among young people include:

Русское слово	Английское слово	Перевод(смысл)
Чилить	Chill	Прохлаждаться
Флексить	Flex	Выставлять себя напоказ(не всегда позитивный контекст)
Чекать/чекиниться	Check/check in	Проверять/отмечаться
Топ/топчик	Top	Вершина/верх
Гугл/гуглить	Google	Искать информацию в Интернете
Лайк/дизлайк	Like/dislike	Нравится/ не нравится (отметка под видео или фото)
Твитнуть	Twit	Написать что-либо от своего лица в Твиттере, уместив мысль в 140 символов
Репост/пост	Repost/post	Перепостить пост/опубликовать пост
Рофл	ROFL	«Смеяться до упаду»/истерический смех
Лайфхак	Lifhack	Идея, которая в использовании упрощает жизнь людей и позволяет экономить время
Рандом/рандомно	Random	Случайно/случайный выбор
Челлендж	Challenge	Вызов повторить чье-либо достижение или выполнить задание
Лол	LOL	Громко смеяться/смешно
Сторис	Stories	Истории
Фаталити	Fatality	Смертельно
Хакнуть	Hack	Взломать
Мем	Meme	Ироничная картинка, связанная с реалиями жизни
Форсить	Force	Продвигать

This investigation is completed on the basic of the students' questionnaires in Tomsk Polytechnic School.

Let's look at the four most popular words: чилить, флексить, чекать, рофл, what do they all mean in Russian?

1) **Чилить** или **чиллить** [ˈtʃilitʲ] (stress on the first syllable) is a fashionable slang verb that is synonymous with the simple Russian word "rest".

In Russian, chill means "coolness", so chill is to cool down and cool down after a noisy party [2]. But the borrowed version of the word is much more popular among young people, as in the eyes of peers, its use allows you to look more modern and cool.

The word chill has taken root in the Russian language also because it is very difficult to learn, work and strain. Much more enjoyable activities are gatherings with friends or relaxing at home with pizza and video games.

The word chill can be used by young people to refer to various activities.

These can be:

*passive operation, giving you the opportunity to relax, not in a hurry;

* relaxing at home;

*doing nothing at home, ignoring household chores (here chill carries a negative connotation, since a person does not do anything useful and good for himself).

Example:

Она чилит всё свое свободное время!	She always chills in her free time.
-------------------------------------	-------------------------------------

2) **Флексить** [**ˈfleksit**] (stress on the first syllable) is a youth verb borrowed from the English language from a rap music. Translated into Russian, it means "brag" or "show off". The English verb "to flex" is used in the same sense. The roots of this verb in English grow from the word flexible. When a person bends his arms to show off his muscles or sits down on a twine to show off his chic stretch, he is no doubt flexing fully. As a result, it turns out that "flex" means "play with muscles". So, its specific meaning is I-don't-want-to-brag-but-I-have-it-all. Another meaning of the word 'flex' is to sway to the rhythm of a rap song[2].

Examples of using a word in speech:

Ты слишком флексишь своим шмотом!	You're too flexing your gear!
Он отлично флексит на тусовке под любую музыку	He flexes perfectly at a party to any music!

3) **Чекать** [**ˈtʃekat**] means checking. **Чекнуть** [**ˈtʃeknu:t**] is to check, to study.

The slang expression comes from the English verb to check (check, study, find out, make sure of something) [2].

Recently, the Russian language has included a close word check-up - voluntary medical examination, comprehensive examination, medical examination. From English check-up - regular medical check of healthy people[3, с.15].

Examples:

Какой адрес? Подожди, я чекну...	What's the address? Wait, I'll check...
Чекни е-мейл, я тебе письмо прислал.	Check your e-mail, I sent you a letter.
Мы с Васей чекнули цифры, все правильно.	Vasya and I checked the numbers, everything is correct.
	Check if a taxi has arrived yet?

Another root word is checklist, which is a list of things to do or check.

4) **РОФЛ** is the Russian version of the English slang abbreviation ROFL, which stands for Rolling On the Floor Laughing. Translated into Russian, this phrase means "Rolling on the floor with laughter", so ROFL is a more interesting version of LOL. ROFL is used in online correspondence and games to refer to loud laughter with elements of an epileptic fit[2].

From this abbreviation in Russian slang was formed a few stupid words, for example, рофлить [ˈroflitʲ] (laugh). The closest meaning is hysterical laughter.

Most often these words can be found on such sites as:

- multiplayer game;
- social networks-VK, Instagram and others;
- chats in various instant messengers;
- video hostings.

Of course, the words above are only the smallest and the most popular part of modern English loan words. Thus, last 10 years, the Russian language has been intensively replenished with loan words. Today's young people's way of speaking is strikingly different from what it was only 5 - 10years ago. The language is constantly changing and sometimes becomes completely unrecognizable. The influence of languages on each other is a natural, necessary and actually existing process, which is caused by international relations. This is the result of language contacts and relations between peoples and States [5].

And, perhaps, the conversation of young people in 5-10 years will be completely incomprehensible for the previous generation or only partially understandable.

Библиографический список

1. Голуб И. Б. Стилистика русского языка. М.: Айрис-пресс, 2013. 442 с.
2. Сизов М.М. О влиянии современного английского языка на русский /М.М. Сизов//Вестник Санкт-Петербургского государственного университета – 2012г. – выпуск 1 – с. 3-15
3. Полный словарь иностранных слов, вошедших в русский язык [Электронный ресурс] <https://что-ето-такое.ru/to-chill> (дата обращения: 17.01.2020)
4. Володарская Э.Ф. Взаимодействие русского и английского языков на различных этапах исторического развития//Вопросы филологии, 2001, №1.
5. Влияние английских заимствований на сферу лексики русского языка // Научное сообщество студентов XXI столетия. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. IV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 4. // <https://sibac.info/archive/humanities/4.pdf>(дата обращения: 21.01.2020)

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-КОММЕРЧЕСКИХ УРБАНОНИМОВ АБАКАНА (В ПЕРИОД 2019-2021гг)

Дубасов Данил Евгеньевич
Научный руководитель – Цыганова Наталья Дмитриевна,
преподаватель, канд.фил.наук
ГБПОУ РХ «Училище (техникум) олимпийского резерва», г. Абакан

В современной лингвистике отмечается повышенный интерес к изучению наименований городских социальных и коммерческих объектов, что представляется вполне оправданным, так как их анализ позволяет описать материальную и духовную сферы городской жизни, эстетический вкус горожан с точки зрения лингвистики. Ономастику города Абакана в разных аспектах исследовали А.В. Гусейнова [1] и В.М. Мальцева [3], однако социально-коммерческие урбанонимы города Абакана не были системно описаны в лексико-семантическом и структурном аспектах, особенно если учесть мобильность, активное постоянное обновление и пополнение этого слоя лексики. Материалом для исследования послужили наименования социальных и коммерческих объектов города Абакана, представленных названиями предприятий гостиничного, туристического и ресторанного сервиса, сферы обслуживания (парикмахерских, магазинов, спа-салонов, салонов красоты, центров культуры, отдыха и спорта и т.д.) в количестве 291 единицы (названия).

Мы в своей работе используем термин «урбанонимы» в узком значении вслед за В.И. Супрун [2]: как наименование социально-коммерческих городских объектов в сфере туризма, общественного питания, культуры, спорта, торговли и пр. В работе анализируются лексико-семантические особенности социально-коммерческих урбанонимов Абакана в конкретный период (2019-2021 гг), которые являются отражением культурно-эстетической среды города.

Классификационно-статистический анализ позволяет представить культурно-эстетическую среду города. По результатам нашего исследования, наибольшее количество наименований написано на кириллице и является объектными (мотивированными): («Ателье», «Аптека», «Овощи и фрукты», «Рыба», «Пекарня», «Парикмахерская»). Сюда же примыкают и названия с уточняющим компонентом, в том числе с элементами языковой игры: «Верхняя одежда», «Русские блины», «Грузинская кухня», «Головные уборы», «Одежда из Европы».

В группе условно-символических названий доминируют названия женскими именами (причём объекты, названные женскими именами, могут быть самыми разными: магазины женской одежды, нижнего белья, бытовой химии и т.д., парикмахерские, салоны красоты и т.д.): «Ева (магазин для женщин)», «Линда», «Милана» (продукты), «Владлена», «Натали» (свадебный салон), «Лидия», «Юлия» (магазин нижнего белья) и др.

Меньше всего названий, отсылающих к реалиям культуры и фольклора, а также содержащих посвящение: парикмахерская «Руслан и Людмила», кафе «Котофей».

Довольно интересны некоторые названия с точки зрения языковой игры. Так, названия типа «Андреич», «У Иваныча» (магазины пивные), кофейня «Чебурек Иваныч» и т.п. несут коннотативное значение чего-то домашнего, знакомого, близкого, весёлого.

Интересную и мотивированную контаминацию денотата и коннотата представляют собой урбанонимы подобного типа: кафе быстрого питания «Обжорка» (денотат – заведение общественного питания, коннотат – очень вкусно там кормят, как раз для любителей хорошо поесть), магазин детской одежды и обуви «Весело шагаем» (денотат – магазин обуви, то есть того, в чём шагают; коннотат – магазин хорошей обуви, в которой шагать весело) и «Радуга» (денотат содержится в дополнительной записи: «магазин детской одежды», а коннотат – одежда ярких, разных, радостных, радужных

цветов), магазин товаров для детей «Ладушки» (слово, напоминающее детский стишок-игру). Иногда игровая коннотация обнаруживает нежелательный эффект: например, парикмахерская с названием «Чик-чик» создаёт впечатление чего-то несерьёзного, непрофессионального, быстрого и некачественного сервиса.

Название магазина алкогольной продукции «Вечный зов» содержит коннотацию иронии и самоиронии. «Перцы» – название учреждений общественного питания, сочетает в себе два смысла: перцы как продукт питания и перцы – «крутые» парни (на сленге).

Немотивированными могут выступать и русские названия, например: магазин мебели «Император», «Запрет» (магазин отечественных бреднов).

Особое место занимают иноязычные названия или названия на латинице (на английском языке, например).

В визуально-структурном аспекте урбанонимы представляют интерес и служат материалом для дальнейшего исследования.

Систему городских социально-коммерческих наименований можно охарактеризовать как мозаичную, коллажную: с одной стороны, тяготение к стереотипу, стандарту (названия родовидовые, женским именем или словом со значением природного объекта), а с другой, – влияние моды, массовой культуры, стремление выделиться (название, написанное частично или полностью латиницей, русские слова на латинице, иноязычные слова на кириллице, немотивированные названия, названия с определённой коннотацией).

Библиографический список

1. Гусейнова, А. В. Хакасская урбанонимия города Абакана: фоносемантический аспект / А. В. Гусейнова // Мир науки, культуры, образования. – 2017. – № 5 (66). – С. 346–348.
2. Мадиева Г.Б., Супрун В.И. Система современной русской урбанонимической терминологии. Волгоград: Волгоградский гос.соц-пед.ун-т. 2017.
3. Мальцева В.М. Региональная специфика современного ономастикона города Абакана // [Электронный ресурс]: cyberleninka.ru «Грнти»...-onomastikona-goroda... (дата обращения: 25.09.2021).

«УМНАЯ ШПАРГАЛКА» КАК СРЕДСТВО ПОДГОТОВКИ К УСПЕШНОЙ СДАЧЕ ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА

Инжутова Анастасия Сергеевна,

Чухрова Алина Андреевна

Научные руководители - Мочаловская Алина Петровна, преподаватель,

Коровина Светлана Юрьевна, мастер производственного обучения

ГБПОУ РХ «Хакассский колледж профессиональных технологий,

экономики и сервиса, г.Абакан

Современному обществу нужны конкурентоспособные, квалифицированные специалисты. С целью определения у студентов и выпускников уровня знаний, навыков и умений, позволяющих вести профессиональную деятельность в определённой сфере в соответствии с мировыми стандартами в 2017 году в колледжах, техникумах и вузах

России начали проводить демонстрационный экзамен по стандартам WorldSkills Russia. Вместо билетов – рабочая площадка с оборудованием, вместо теории – смоделированная производственная ситуация, в роли экзаменаторов – независимые эксперты [1].

Как же подготовится студенту к сдаче экзамена? Как достичь той вершины, когда он уверен в своих силах и без страха идет на ДЭ? С чего начинать и как организовать подготовку? Как повысить результативность? Эти вопросы постоянно возникают перед каждым студентом-старшекурсником. Ведь подготовка к ДЭ очень сложная и кропотливая работа и для преподавателя и для студентов. В настоящее время проблема подготовки к успешной сдаче ДЭ очень актуальна.

Объектом исследования работы является средства подготовки к успешной сдаче Демонстрационного экзамена.

Предметом исследования – «умная шпаргалка» как средство подготовки к успешной сдаче Демонстрационного экзамена.

Цель работы: разработка «умной шпаргалки»

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Изучить литературу по теме исследования.
2. Определить объект, предмет, цель исследования.
3. Определить понятие средств подготовки к успешной сдаче Демонстрационного экзамена.
4. Выбрать варианты «умной шпаргалки»
5. Разработать «умную шпаргалку»

Демонстрационный экзамен — новая форма проверки знаний обучающихся, разработанная Агентством Ворлдскиллс Россия. Демэкзамен проводится с целью определения у студентов и выпускников уровня знаний, навыков и умений, позволяющих вести профессиональную деятельность в определённой сфере и выполнять работу по конкретным специальностям в соответствии с мировыми стандартами Ворлдскиллс Ворлдскиллс, российскими образовательными нормами и правилами в рамках национального проекта «Образование»[2].

Помочь в подготовке к ДЭ могут правильно выбранные средства обучения. Они обеспечивают реализацию принципа наглядности и содействуют повышению эффективности учебного процесса, дают обучающимся материал в форме наблюдений и впечатлений для осуществления учебного познания и мыслительной деятельности на всех этапах обучения.

Под средствами обучения следует понимать разнообразнейшие материалы и орудия учебного процесса, благодаря использованию которых более успешно и за рационально сокращенное время достигаются поставленные цели обучения [3].

Одним из средств обучения можно считать шпаргалку – незаменимого и самого верного друга каждого студента. Кто как не она выручит в трудную минуту, поможет преодолеть препятствия?

Издавна считается, что шпаргалки – удел слабых и необразованных людей. На самом деле это не так. «Умные шпаргалки» помогают не только неучам, но и хорошистам и отличникам.

К написанию шпаргалок следует подходить с интеллектом и энтузиазмом. Притом серьезность в этом деле не должна быть меньшей, чем при создании курсовой или дипломной работы. От качества «умной шпаргалки» зависит успех студента на экзамене.

Понимая, что студенты, писавшие большое количество шпаргалок с успехом сдавали экзамены, благодаря мнемонической памяти человека, выбрали варианты «умной шпаргалки».

Сначала изучили нормативные документы, определяющие содержание и структуру ДЭ, основные требования, предъявляемые к знаниям, умениям и навыкам, а также познакомились с вариантами заданий, критериями оценки. Определили учебный материал, который необходим для успешной сдачи Демонстрационного экзамена по компетенции № 31. «Технологии моды».

Для выбора вариантов «умной шпаргалки» было проведено анкетирование студентов двух групп.

Для повторения информации о конструктивном моделировании были выбраны «умные шпаргалки» в виде схем нанесения модельных линий на базовые лекала. В процессе их изготовления студенты должны научиться видеть связь модельных линий на модели и базовых лекалах, быстро определять как необходимо изменить базовые лекала, чтобы разработать нужный комплект лекал.

При подготовке по составлению спецификации деталей и лекал в «умные шпаргалки» внесена подробная информация по разным моделям платьев.

В «умную шпаргалку» по изготовлению лекал и раскладке при подготовке студентов к экзамену внесли информацию, на которую следует обращать особое внимание.

Следующее направление - это сам процесс изготовления и раскладка лекал. Помня народную мудрость «Лучше один раз увидеть», был выбран вариант «умной шпаргалки» в виде небольших видеороликов. Применение информационных технологий при подготовке к ДЭ имеет много преимуществ: сочетание звука, изображения и интерактивности позволяет достичь наилучшего восприятия, усвоения и закрепления материала выпускниками [4].

Все разработанные «умные шпаргалки» размещены в социальной сети «ВКонтакте». Студенты смогут самостоятельно выбрать и просмотреть нужный вариант шпаргалки в подходящих для них условиях (время и место). В условиях роста инноваций в сфере информационных технологий студенты могут это сделать не только при помощи компьютера, ноутбука и планшета, но и своих сотовых телефонов.

Все варианты «умных шпаргалок», их доступность помогают выпускнику усилить мотивацию подготовки и улучшения усвоения материала, дают возможность применять самоконтроль и более качественно подготовиться к успешной сдаче Демонстрационного экзамена.

Экзамен не должен стать для выпускников испытанием на прочность нервной системы. Чем раньше начнется подготовка к экзамену, тем легче пройдет сдача экзамена. Подготовка к экзамену – означает закрепление программного материала с включением заданий в формах, используемых при аттестации. Кроме того, необходимо ликвидировать пробелы в знаниях.

Можно ли заставить выпускника поверить в свои силы, в то, что всегда есть надежда на успех? Оказывается можно. Нужно показать ему то, что данные задания он способен выполнить, если будет использовать определенный алгоритм, предложенный в «умных шпаргалках», а в дальнейшем и самостоятельно.

Ведь лучшая шпаргалка – это шпаргалка, записанная в нашей памяти. Практическая значимость работы состоит в том, что разработанные «умные шпаргалки» могут быть применены в учебном процессе для подготовки студентов к успешной сдаче Демонстрационного материала.

Библиографический список

1. Демонстрационный экзамен WorldSkills: что это такое, цель и перспективы/<https://activityedu.ru/Blogs/analytics/demonstracionnyu-ekzamen-worldskills-russia/> (дата обращения: 27.01.2022)
2. Демонстрационный экзамен WorldSkills [/https://worldskills.ru/nashi-proektyi/demonstracionnyj-ekzamen/obshhaya-informacziya.html](https://worldskills.ru/nashi-proektyi/demonstracionnyj-ekzamen/obshhaya-informacziya.html) (дата обращения: 28.01.2022)
3. Статья «Современные средства обучения и их классификация» [/https://infourok.ru/sovremennye_sredstva_obucheniya_i_ih_klassifikaciya-311674.htm](https://infourok.ru/sovremennye_sredstva_obucheniya_i_ih_klassifikaciya-311674.htm) (дата обращения 2.02.2022)
4. Проценко И., Создание видеоролика: пошаговая инструкция [/https://edison.bz/blog/sozдание-videorolika-poshagovaya-instruktsiya.html](https://edison.bz/blog/sozдание-videorolika-poshagovaya-instruktsiya.html) (дата обращения 28.01.2022)

ПРОЕКТ КОЛЛЕКЦИЯ СВАДЕБНЫХ АКСЕССУАРОВ «ВРЕМЕНА ГОДА» В ТЕХНИКЕ КАНЗАШИ

*Василюк Юлия Дмитриевна,
Научный руководитель – Качина Ольга Сергеевна,
мастер производственного обучения
ГБПОУ РХ «Хакасский колледж профессиональных технологий экономики и
сервиса», г. Абакан*

Канзаши (hanakanzashi с японского языка «шпилька») – японские цветочные украшения, которые традиционно использовались для причесок. В последнее время обрели большую популярность, в качестве аксессуаров к свадебному торжеству.

Свадебные аксессуары - это акцент, подчеркивающий торжественную атмосферу торжества, выделяющие важные моменты, делая их яркими и не забываемыми [1].

Свадебные аксессуары в технике канзаши интересны оригинальностью, яркостью и изысканностью.

Как будущий дизайнер, использовала технику канзаши в создании коллекции букетов невесты «Времена года», дальнейшее совершенствование мастерства работы в данной технике декор свадебных бутылок шампанского для молодоженов.

Объект исследования – техника канзаши.

Предмет исследования – проект коллекция свадебных аксессуаров «Времена года» в технике канзаши.

Цель работы – разработка и реализация проекта коллекции свадебных аксессуаров «Времена года» в технике канзаши.

Прототипом работы выбрана коллекция букетов невесты «Времена года».

Для реализации темы проекта разработаны эскизы декора свадебных бутылок шампанского для молодых в технике канзаши с символикой цветовой гаммы времен года.

Произведена оценка эскизов по критериям:

- соответствие эскиза аксессуара коллекции букетов невесты «Времена года»;
- гармоничность и эстетичность элементов канзаши в композиции свадебного аксессуара.

Для создания композиционного решения зимнего декора свадебной бутылки шампанского для молодых использовали сочетание атласных лент белого и синего цветов, что соответствует цветовой гамме январских канзаш. Цветочная фактура

композиции создана из бутонов роз фиолетового цвета с легким акцентом из бутонов синего цвета. Праздничный декор аксессуара завершен перламутровыми бусинами.

Для создания композиционного решения весеннего декора свадебной бутылки шампанского для молодых использовали цветовую гамму мартовских канзаш - сочетание белого, зеленого, оранжевого оттенка. Фон для декора создали из переплетения белых атласных лент. Цветочная фактура форме лепестка создана плоскими цветками зеленого, оранжевого цвета декорированными перламутровыми бусинами.

Для создания композиционного решения летнего декора свадебной бутылки шампанского для молодых использовали цветовую гамму июньских канзаш сочетание цветов белого и красного оттенков. Фон для декора создали из переплетения белых и красных атласных лент. Цветочную фактуру гармонично расположили по основанию элемента из бутонов роз белого и красного цвета.

Для создания композиционного решения осеннего декора свадебной бутылки шампанского для молодых использовали цветовую гамму сентябрьских канзаш – сочетание фактурных плоских цветков белого, бордового. Фон для декора создали серебристой атласной лентой. Праздничность декора подчеркнули перламутровыми бусинами.

Единство цветовой гаммы и формы элементов канзаши использованных для букета невесты и декора свадебной бутылки шампанского для молодых создает гармоничность композиции.

На основании анализа интернет-источников разработана технология декора свадебного аксессуара [2,3]. На основании анализа эскизов определены необходимые материалы и оборудование.

Технология декора свадебного аксессуара состоит из этапов:

1. подготовка материалов и инструментов для работы;
2. изготовление острого лепестка;
3. изготовление округлого лепестка;
4. сборка цветка из округлых лепестков;
5. изготовление заготовок для бутонов роз;
6. сборка цветка розы;
7. подготовка фона для композиции;
8. сборка композиции из элементов, выполненных в технике канзаши;
9. декорирование аксессуара бусинами.

Произведена эстетическая оценка готового изделия в результате опроса студентов Хакасского колледжа профессиональных технологий, экономики и сервиса. Студенты отвечали на вопросы:

- Хотели бы вы приобрести свадебные аксессуары в технике канзаши для своего торжества?
- Хотели бы вы посетить мастер-классы свадебные аксессуары в технике канзаши?

Результаты опроса:

-75% опрошенных студентов выразили желание приобрести свадебные аксессуары в технике канзаши для своего торжества.

- 77% опрошенных студентов выразили пройти обучение через мастер-классы.

Таким образом, организация мастер-классов «Букет невесты в технике канзаши», «Декорирование свадебных бутылок шампанского в технике канзаши» является актуальной и интересной для студентов колледжа. В связи с результатами опроса запланированы мероприятия:

- размещение рекламного видео ролика приглашение на мастер-класс «Букет невесты в технике канзаши», «Декорирование свадебных бутылок шампанского в технике канзаши»;

- презентация готового изделия на учебно-практической конференции;

- проведение мастер-классов в рамках дней СПО, профессиональных проб для школьников республики Хакасия.

Определено практическое значение работы над проектом:
личностное – развитие – самосовершенствование, самообразование, формирование вкуса, развитие творческих способностей, необходимых в будущей профессиональной деятельности;

психологическое – хобби, прекрасный способ избавиться от плохого настроения, восстановить силы после напряженного учебного дня;

финансовое – способ получения дохода от реализации.

Библиографический список

Интернет ресурсы:

1.<https://semicvetic.com/blog/rozy-iz-myla-ili-zhivoy-buket-chno-luchshe/>. Дата посещения 20.12.2021г.

2.<https://moss-village.com/faqsrose>. Дата посещения 05.01.2022г.

3.<https://flowerfoam.ru/articles/mylnye-tsvety-ne-tolko-novyj-trend-no-klassnaya-ideya-dlya-hobby-i-dopolnitelnogo-zarabotka/>. Дата посещения 10.01.2022г.

ПРОЕКТ ОЗЕЛЕНЕНИЯ ФАСАДНОЙ ТЕРРИТОРИИ «ХАКАССКОГО КОЛЛЕДЖА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА»

Шевлякова Татьяна Александровна

Научный руководитель - Ольга Валерьевна Чичина,

мастер производственного обучения

ГБПОУ РХ «Хакасский колледж профессиональных технологий, экономики и сервиса», г.

Абакана

Создаваемая среда средних учебных заведений, должна обеспечивать студентам и преподавателям оптимальные условия для плодотворной учебно-научной деятельности и разнообразного отдыха, занятий физкультурой и спортом.

Озелененные территории детских и образовательных учреждений по нормам занимают от 40-50% общей площади. Они выполняют оздоровительные и рекреационные функции. Хакасский колледж профессиональных технологий, экономики и сервиса – это среднее специальное учебное заведение, в котором можно получить профессию. Территория колледжа предназначена не только для учебных занятий, но и для отдыха студентов во время перемен до и после занятий, а также для занятий спортом и проведением уроков физкультуры на улице [3, с. 66].

В колледже обучаются студенты разных специальностей и одна из этих профессий, которая формируют профессиональные умения, через организацию благоустройства территорий является профессия рабочего зеленого хозяйства, эта профессия, которая сочетает творчество и любовь к природе и как будущему специалисту хотелось бы улучшить экологическую обстановку территории колледжа. На сегодняшний день территория колледжа находится в удовлетворительном состоянии и не соответствует требованиям современного ландшафтного дизайна. В связи с этим необходимо фасадную озеленяемую территории благоустроить согласно нормам и правилам озеленения [2, с. 35].

Соответственно объект исследования – территория ограниченного пользования - фасадная территория «Хакасского колледжа профессиональных технологий, экономики и сервиса» г.Абакана.

Предмет исследования - проектная документация озеленения фасадной территории «Хакасского колледжа профессиональных технологий, экономики и сервиса» г.Абакана.

Цель работы: Разработка проектной документации озеленения фасадной территории «Хакасского колледжа профессиональных технологий, экономики и сервиса» г.Абакана.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

1. Провести анализ территории объекта проектирования;
2. Выбрать стиль объекта проектирования;
3. Подобрать ассортимент растений для озеленения объекта проектирования;
4. Составить календарный план работ;
5. Составить смету на посадочный материал и декоративные элементы;
6. Разработать проект озеленения фасадной территории колледжа

Рассмотрим ситуационный план. Эстетическое состояние объекта удовлетворительное, так как деревья находятся в неухоженном состоянии, в цветниках выражен неправильный подбор цветочного оформления. Подобранные цветочные растения не обладают четко выраженными декоративными признаками. Древесно - кустарниковая растительность отсутствует вдоль забора, тем самым территория подвержена большей загрязненности и запыленности со стороны проезжей части по улице Советской. У высаженной древесно-кустарниковой растительности слабо выражены приемы сочетание деревьев и кустарников, что не способствует улучшению климатических и санитарных условий всей территории. Почвенный покров представлен газоном, который имеет проплешины, засчет регулярного вытаптывания поверхности. В результате ландшафтного анализа, была проведена оценка объекта проектирования и было принято решение, что на территории объекта требуется провести частичную вырубку старовозрастных и посадку новых деревьев, а также создать цветники, согласно правилам цветочного оформления [1, с. 56].

Для разработки проекта озеленения фасадной территории колледжа выполнено несколько вариантов озеленения и один из вариантов был выбран в качестве генерального плана. Рассмотрим генеральный план озеленения дома.

Территория колледжа размещена в г.Абакане по улице Советской 173. Согласно сторонам света объект проектирования расположен в юго-восточной стороне. Территория колледжа имеет прямоугольную правильную конфигурацию. Планировочным центром участка является колледж и благоустройство территории выполнено в смешанном стиле. Площадь участка составляет 3310м² из них площадь участка№1 2185м² (95*23), площадь участка №2 1125м² (75*15), зона с фонтаном площадь составляет 450м², зона рокария общая площадь составляет 700м², каждая по 350м², гимнастическая площадка 350 м², площадь асфальтовой дорожки 650м², рокарий из многолетних растений 120м², газон 1040м². Участок огражден металлическим забором, высотой 1,5м и вдоль забора высадили живую изгородь из клена Гиннала, тем самым изолировав территорию от проезжей части. Озеленяемую территорию разделили на несколько функциональных зон: площадка для тихого отдыха, гимнастическая площадка, газонная лужайка для отдыха. В центре фасадной части территории разместили площадку для тихого отдыха. На площадке установили фонтан со скамейками на фоне декоративной плитки, рядом со скамейками установили вазоны с петуниями. Вокруг фонтана по углам высадили иву белую, создавая легкую тень в знойный период, а также сохранили древесные насаждения из тополя черного, вяза перисто-ветвистого.

У входной зоны к фонтану установили арки, обсаженные декоративными вьющимися растениями из винограда девичьего. Со стороны зоны тихого отдыха с левой и правой стороны разместили рокарии из хвойных и красивоцветущих пород ель голубая, туя западная, можжевельник казацкий, гортензия, спирея японская на фоне декоративной отсыпки из белой мраморной крошки. Вокруг рокария для придания декоративности высадим цветочные групповые посадки из петунии розового и сиреневого цвета. На площадках с рокариями создали модульные цветники треугольной формы из однолетних

растений. В центре клумбу высадим сальвию красного цвета, затем бархатцы и бордюрную ленту создадим из голубого агератума [1, с. 45].

Площадки с цветочными клумбы замощены декоративными плитками. Вдоль границы с правой стороны и входной зоны в колледж создали бордюр из бархатцев желтого цвета. Рядом с бордюром высадили групповые посадки красивоцветущих кустарников из калины обыкновенной, чубушник тонколиственный, сирень венгерская, дерен белый. Вдоль бордюра высадили одиночные чередующиеся посадки из лапчатки кустарниковой и туи западной, а с другой стороны высадили одиночную посадку из лапчатки кустарниковой разного сорта. Все площадки между собой взаимосвязаны дорожками и площадками для удобства и перемещение посетителей. Дорожки выполнены из декоративной плитки [3, с. 85].

Большая часть территории покрыта газоном, устойчивый к вытаптыванию. Следующая спортивная зона представлена гимнастической площадкой, в которой устроены различные тренажеры. Рядом со спортивной площадкой устроили живую изгородь из пузыреплодника калинолистного. Площадка покрыта современным полиуретановым покрытием, создающий комфортные и безопасные условия. Вокруг со спортивной зоной высадили древесные композиции из клена остролистного, барбарис обыкновенный, дерена пестролистного, березы бородавчатой. Около со спортивной площадкой разместили зону отдыха. В зоне отдыха сохранились древесные насаждения из вяза перисто-ветвистого на фоне газона. Вблизи высаженных древесных насаждений разбили рокарий из однолетних и многолетних растений представленный можжевельником казацким, хосты, барвинки, ветреницы, папоротники, астильбы, баданы, примулы. Границы рокария выложили из натурального камня в виде плитняка. Можжевельник придает рокарию элегантность, к тому же кустарники остаются зелеными в течение всего года, что помогает сохранить каменистому саду декоративность. Многолетние растения невысокого роста станут достойным украшением каменистого сада, которые высажены группами примулы, камнеломка, астильбы. Также используем злаковые многолетние растения, которые добавляют декоративности каменистой клумбе, среди них интересными является овсяница голубая. Однолетние растения дополняют общую композицию, украшая рокарий в течение всего вегетационного периода, используя бегонию вечноцветущую. Формы рисунков цветников узорчатые, простые, органические вписываются в ландшафт. Ассортимент цветочной и древесно-кустарниковой растительности подбирался по высоте, колеру, сроку цветения. Подобранный ассортимент соответствует климатическим условиям [2, с. 115].

Составлена смета. Затраты на проект составили в сумме 600381 рубля. Для рационального размещения элементов, что соответствует норме озеленения средних учебных заведений. Разработанный проект отвечает нормам и правилам озеленения. Для создания проекта озеленения фасадной территории колледжа города Абакана были выполнены следующие выводы:

1. Проведен анализ территории объекта проектирования;
2. Выбран смешанный стиль объекта проектирования;
3. Подобран древесный и цветочный ассортимент растений согласно климатическим условиям;
4. Составлен календарный план работ.
5. Составлена смета на посадочный материал, газон, дорожное покрытие, малые архитектурные формы.
6. Разработан проект озеленения фасадной территории колледжа.

Таким образом, для озеленения фасадной территории колледжа подобран разнообразный ассортимент древесной и цветочной растительности, который не только адаптирован к местным условиям произрастания, но являются эндемиками Республики Хакасия. Весь подобранный ассортимент древесно-кустарниковой растительности в течение всего вегетационного периода создают декоративный, красочный эффект.

Библиографический список

1. Бобылева О.Н. Цветочно-декоративные растения открытого грунта : учеб. пособие для нач. проф. образования / О.Н. Бобылева. – М. : Издательский центр «Академия», 2008. – 208 с.
2. Боговая И.О., Теодоронский В.С. Озеленение населенных мест: Учебное пособие.- 3-е изд., стер.- СПб.: Издательство «Лань», 2014.-240 с.
3. Ландшафтная архитектура: специализированные объекты: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / О. Б. Сокольская, В. С. Теодоронский, А. П. Вергунов.- 2-е изд., стер.- М. : Издательский центр «Академия», 2008.- 224 с.

ПРОЕКТ ОЗЕЛЕНЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО БЮДЖЕТНОГО ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ДЕТСКИЙ САД «ДУНЯША»

Пендик Диана Дмитриевна

Научный руководитель - Чичина Ольга Валерьевна,

мастер производственного обучения

ГБПОУ РХ «Хакасский колледж профессиональных технологий, экономики и сервиса», г. Абакана

Детское дошкольное учреждение – это место, где самые маленькие и родные создания – дети – проводят огромное количество времени на свежем воздухе и должны чувствовать себя безопасно, комфортно и интересно. Восприятие мира у ребенка формируется под воздействием окружающей среды, в том числе и на детских площадках, где дети гуляют в детском саду. Благоустройство и озеленение участков детского сада способствует умственному, нравственному, эстетическому и физическому воспитанию дошкольников на материале природного окружения, развитию любознательности, способности удивляться, а также способствует укреплению здоровья детей, развитию их самостоятельности и познавательной активности [2, с. 55].

Озеленение территории детского сада – ответственная и очень важная задача. Поэтому важно, чтобы благоустройство детского сада осуществлялось согласно всем нормам и требованиям по безопасности, комфортности и эстетичности. Муниципальное бюджетное дошкольное образовательное учреждение детского сада «Дуняша», располагается в городе Абакана по улице Хакасской 91, который основан в 2019 году. Актуальность работы заключается в том, чтобы создать объекты, имеющие эстетическое, познавательное, развлекательное и оздоровительное назначение. На сегодняшний день на территории детского сада недостаточно проведено зонирование территорий, для проведения безопасного и комфортного времяпровождения детей на открытом воздухе с учетом возрастных особенностей, необходимо на территории детского сада организовать участки плодового-ягодного сада, спортивной зоны, что обеспечивает разнообразие детского сада, используя различные виды зон для досуга [3, с. 88].

Древесные насаждения на территории детского сада однообразные, неухоженные виды деревьев и кустарников, что не обеспечивает биоразнообразие площадок и может неблагоприятно влиять на формирование личности ребенка, в том числе и на микроклимат участка. Цветники имеются, но подобранный ассортимент растений не соответствует вертикальной зональности, цветовому сочетанию, что вызывает диссонанс в цветочной композиции [1,с.90]. Соответственно объектом исследования является территории ограниченного пользования. Предмет исследования – проектная документация озеленения территории муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения детского сада «Дуняша», города Абакана.

Цель работы – разработка проектной документации озеленения территории муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения детского сада «Дуняша», города Абакана.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

1. Провести анализ территории объекта проектирования;
2. Выбрать стиль объекта проектирования;
3. Подобрать ассортимент растений для озеленения объекта проектирования;
4. Составить календарный план работ;
5. Составить смету на посадочный материал и декоративные элементы;
6. Разработать проект озеленения территории муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения детского сада «Дуняша».

Рассмотрим ситуационный план. Эстетическое состояние объекта удовлетворительное, так как деревья находятся в удовлетворительном состоянии, в цветниках выражен неправильный подбор цветочного оформления. Подобранные цветочные растения не обладают четко выраженными декоративными признаками. В результате ландшафтного анализа, была проведена оценка объекта проектирования и было принято решение, что на территории объекта требуется провести частичную вырубку старовозрастных и посадку новых деревьев, а также создать цветники, согласно правил цветочного оформления. Произвести ремонт дорожно-тропиночной сети и разделить территорию на несколько функциональных зон, создав зону плодового-ягодного сада, спортивную зону, предназначенные как для проведения занятий по биоразнообразию и для занятий физкультурой на открытом воздухе. Для разработки проекта озеленения территории детского сада «Дуняша» выполнено несколько вариантов озеленения и один из вариантов был выбран в качестве генерального плана. Рассмотрим генеральный план озеленения детского сада «Дуняша».

Территория детского сада расположена по улице Хакасской 91 города Абакана и имеет прямоугольную правильную конфигурацию. Планировочным центром участка является здание детского сада и благоустройство территории выполнено в регулярном стиле. Согласно сторонам света объект находится в юго-восточной и в юго-западной стороне. Подобранный ассортимент цветочной и древесной растительности светолюбивый и соответствует местным климатическим условиям. Территория детского учреждения имеет квадратную конфигурацию, что правильно позволяет разместить игровые детские площадки с учетом освещенности и проветриваемости.

Общая площадь территории составляет 4963 м^2 из них площадь здания – $563,2\text{ м}^2$, площадь детских площадок 1000 м^2 , площадь спортивной площадки 250 м^2 , площадь зоны ПДД 240 м^2 , площадь хозяйственной зоны 130 м^2 , рядовые посадки деревьев вдоль забора и живые изгороди внутри площадок 450 м^2 , асфальтовое и полиуретановое покрытие 780 м^2 , площадь рабаток 250 м^2 , зона плодового сада и огорода 350 м^2 , газон 950 м^2 . Учреждение детского сада ограждена металлическим забором высотой 1м. По периметру детского сада высадим защитную групповую посадку из клена ясенелистного, вяза перисто-ветвистого, ясеня маньчжурского, а у входной зоны высадим групповую посадку из ели сибирской и рябины обыкновенной. Вокруг здания рядом с входной зоной разбили рабатки из однолетних растений в виде петунии разной окраски.

На фоне газона, расположенный, по периметру здания высадили одиночные посадки туи западной в сочетании дерена белого. Согласно нормам и правилам озеленения детских садов территорию разделили на несколько функциональных зон: зона детских площадок, хозяйственная зона, зона плодового сада и огорода, зона спортивной и игровой площадки. С юго-восточной стороны разместили, детскую площадку №1 для детей от 5-7 лет. Рядом с детской площадкой №1 оборудовали общую физкультурную площадку с приспособлениями для лазания прыжков, подвижных игр и зону ПДД [3, с. 55].

Следующая зона представлена детской площадкой №2 для детей от 4,5-5 лет. Для более подробного ознакомления детей с растениями и деревьями местного происхождения, в северо-восточной стороне разместили, плодово-ягодный сад и огород, а также хозяйственную зону. Хозяйственная зона сосредоточена у граница участка и изолирована живой изгородью из пузыреплодника калинолистного от зоны групповых площадок.

В юго-западной стороне размещена детская площадка №3 и детская площадка №4. Все площадки взаимосвязаны кольцевой дорожкой. Вдоль детских площадок высажены рабатки из однолетних растений. Ассортимент растений включает бархатцы желтого цвета и агератумы голубого цвета, календула, цинния, сальвия. Групповые площадки - основные места пребывания детей на участке. Они предназначены для отдыха и игр на открытом воздухе. Детский сад посещают 92 человека, 4 группы, к каждой из которых приходится по одной групповой площадке. На каждой площадке установлены навесы. Навес используют для групповых занятий и игр, не требующих активного движения. Каждая групповая площадка оборудована песочницей, манеж, шведские стенки.

В зоне плодового – ягодного сада высадим малину, смородину черную, яблоко, груша, слива, вишня. С противоположной стороны сада разместим, огород с овощными модульными посадками из томата, огурцов, кабачков, капуста, лук, петрушка, укроп. Покрытие дорожек вокруг здания выполнено из асфальта, а игровые площадки имеют современное прорезиненное и травяное покрытие. Полиуретановое покрытие позволяет смягчить удар при падении. По внешнему периметру детских площадок высадим живую изгородь из пузыреплодника калинолистного.

Во внутреннем периметре высадим групповые посадки кустарников из сирени, клена остролистного, клена гиннала, чубушника венечного. Таким образом, можно сделать вывод, что территория детского сада размещена в центре микрорайона, с хорошей освещенностью и проветриваемостью в связи с этим созданы благоприятные условия для роста и развития растений. Вся территория участка разделена на функциональные зоны, что позволяет рационально использовать территорию детского сада. Высаженные насаждения не препятствуют доступу солнечных лучей в здания и защищают групповые посадки от перегрева.

Подбор насаждений обеспечивает наличие зелени в течение всего года, хвойные породы обладают фитонцидными свойствами способствующими очищению воздуха. Составлена смета. Общая сумма затрат составило 495753 рублей из них на цветочную и древесную растительность составило 174140 рублей, малые архитектурные формы 24205 рублей, газон смесь «Быстрая» 12160 рублей, семена овощных культур 248 рублей.

Для создания проекта озеленения МБДОУ ДС «Дуняша» города Абакан были выполнены следующие выводы:

1. Проанализирована и изучена учебная литература, справочники, нормативная документация, интернет-ресурсы по теме исследования.
2. Определен объект проектирования – территория МБДОУ ДС «Дуняша» г.Абакана.
3. Проведён анализ состояния объекта проектирования согласно критериям оценки: функциональным, санитарно – гигиеническим, эстетическим, природоохранным и технологическим.
4. На основании исходных данных выбран регулярный стиль объекта проектирования.
5. Подобранный ассортимент растений для озеленения объекта проектирования соответствует местным климатическим условиям.
6. Составлен календарный план работ согласно объекту проектирования.
7. Разработан проект озеленения МБДОУ детского сада «Дуняша».

Таким образом, территория МБДОУ детского сада «Дуняша» отвечает нормам и правилам СанПиНа 2.4.2.576-96. Зеленые насаждения на территории детского сада имеют

декоративное и оздоровительные значение. Работа в комплексном рассмотрении проблемы в озеленении и благоустройстве территории была выполнена. Для подбора ассортимента растений и древесно – кустарниковой растительности учитывались требования СанПиНа и роль фитонцидных растений в улучшении экологической обстановки на территории детского сада.

Библиографический список

1. Бобылева О.Н. Цветочно-декоративные растения открытого грунта : учеб. пособие для нач. проф. образования / О.Н. Бобылева. – М. : Издательский центр «Академия», 2008. – 208 с.
2. Боговая И.О., Теодоронский В.С. Озеленение населенных мест: Учебное пособие.- 3-е изд., стер.- СПб.: Издательство «Лань», 2014.-240 с.
3. Ландшафтная архитектура: специализированные объекты: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / О. Б. Сокольская, В. С. Теодоронский, А. П. Вергунов.- 2-е изд., стер.- М. : Издательский центр «Академия», 2008.- 224 с.

ЛАНДШАФТНЫЙ ПРОЕКТ ТЕРРИТОРИИ МБДОУ ДЕТСКОГО САДА «ЛАСТОЧКА» П.Г.Т.УСТЬ-АБАКАН

Василюк Юлия Дмитриевна,

*Научный руководитель – Качина Ольга Сергеевна, мастер производственного обучения
ГБПОУ РХ «Хакасский колледж профессиональных технологий, экономики и сервиса», г.
Абакан*

Озеленение детских учреждений входит в проект строительства или реконструкции и имеет не только декоративное, но и воспитательное значение для детей. Озеленение – это элемент благоустройства и ландшафтной организации территорий с активным использованием растительных компонентов, который обеспечивает формирование среды и поддерживает ранее созданной или изначально существующей природной среды на определенной территории [2].

Функции озеленения – это, во первых, средобразующая функция. Озеленение формирует комфортный микроклимат участка, снижает температуру воздуха в жаркое время года, регулирует влажность приземного слоя воздуха и освещённость территории, уменьшает скорость ветра. Во вторых, защитная функция, что важно в условиях загрязненной городской среды. Зеленые насаждения (деревья, кустарники, газоны) обогащают его из атмосферного воздуха газообразные вещества и обогащают его кислородом, уменьшают запыленность и уровень шума. В третьих, образовательная функция. Зеленые насаждения служат важным наглядным пособие при обучении, помогают воспитывать любовь к животному и растительному миру и природе. И в четвертых – эстетическая функция. Зеленые насаждения формируют привлекательное, красивое и комфортное окружение, являются примером благоприятной среды жизнедеятельности человека [4].

"Центр развития ребёнка детский сад "Ласточка" основан в 1990 году. Территория учреждения зонирована по функциональному назначению. Зеленые насаждения, находятся в удовлетворительном состоянии. Деревья тополь черный, вяз перистоветвистый - старовозрастные, высажены в хаотичном порядке. Кустарники представлены фрагментами живой изгороди из караганы древовидной, сирени венгерской. Элементы цветочного оформления клумбы, не эстетичны. Не современные малые архитектурные формы на игровых площадках, разбитые дорожки и неухоженные зеленые насаждения

негативно воздействуют на эмоциональное развитие ребенка, формирование экологической культуры.

Актуальность работы заключается в создании комфортной эколого-развивающей среды на территории детского сада в соответствии с требованиями нормативной документации.

Объект работы – озеленение территории ограниченного пользования.

Предмет работы – ландшафтный проект территории МБДОУ детского сада «Ласточка», п.г.т. Усть-Абакан.

Цель работы – разработка ландшафтного проекта территории МБДОУ детского сада «Ласточка», п.г.т. Усть-Абакан.

Практическая значимость работы заключается в возможности рекомендации проекта администрации детского сада для планирования и проведения работ по озеленению и благоустройству территории.

В разработке ландшафтного проекта учтены данные комплексного анализа территории объекта проектирования.

Место нахождения объекта озеленения - Республика Хакасия, Усть-Абаканского района, п.г.т. Усть – Абакан, улица Пионерская, 49Б.

Общая площадь территории детского сада 8780 м². Площадь здания детского сада – 1312,2 м², дорожная сеть – асфальт 1866,8 м², площадь озеленения 5603 м². Фасадная часть детского сада расположена в восточной стороне, детские игровые площадки - северо-западной и восточной стороне, хозяйственный двор – южной стороне.

Для реализации идей проекта создание комфортной эколого-развивающей среды разработаны варианты ландшафтных проектов. В результате анализа вариантов выбран генеральный план.

Архитектурно-планировочное решение генерального плана разработано согласно требованиям нормативной документации. На территории детского сада спроектированы: фасадная часть, хозяйственный двор, зона игровых площадок для детей разных возрастных групп, интерактивная зона, спортивная площадка, зона ПДД, учебно-опытный.

По периметру детского сада установим забор и высадим плотную посадку липы мелколистной. Данная посадка обеспечит надежную защиту от негативных факторов окружающей среды [3].

Вокруг здания детского сада запланируем окружную дорогу шириной 3,5м с асфальтовым покрытием, которая обеспечит проезд машин экстренной службы к центральному входу и площадь позволяющую эвакуировать детей в случае ЧС.

Хозяйственная зона расположена северо-западной стороне со стороны запасного входа. В хозяйственной зоне проектируем разворотную площадку для подъезда машин обеспечивающих учреждение продуктами питания, площадь для мусорных баков, изолированную площадку для сушки белья [2, с.92].

С юго-восточной стороны расположен вход на территорию детского сада. Фасадную часть территории в детский сад оформим симметричными модульными цветниками прямоугольной формы. В модули цветника треугольной формы высадим однолетние цветочно-декоративные растения, с продолжительным периодом цветения. Геометрические формы модулей эффектно подчеркнем отсыпкой из мраморной крошки. Акцент цветника малые архитектурные формы мультяшных персонажей ослика Иа и Випуха с Пяточком. Герои любимых героев сказок для ребятшек создадут атмосферу психологического комфорта [1, с.125].

По периметру территории, проектируем детские игровые площадки для детей возраста 3-4года, 5-6лет, 6-7лет. Располагаем групповые площадки для детей от 3-лет не более 30м от входа в здание детского сада [2, с.93] .

Групповые площадки - основные места пребывания детей на открытом воздухе. Они предназначены для отдыха и игр. По границам площадок установим деревянный

заборчик. Площадки разделим стриженной живой изгородью высотой из вяза перисто-ветвистого. На площадках установим навесы, используемые для занятий и спокойных игр детей (чтения, настольных игр), защиты от неблагоприятных факторов окружающей среды. Оснащение групповых площадок подберем в соответствии возрастным особенностям детей.

На площадке возрастной группы до 3 лет устанавливаем песочницу закрывающуюся, лабиринты для развития координации движения, тропинки тренажеры-массажеры для ног, тренажеры – счеты для развития моторики рук.

Для площадки возрастной группы 5-6 лет и 6-7 лет устанавливаем песочницу закрывающуюся, беседку, сложные лабиринты, гимнастические стенки, игровые комплексы для ролевых игр тематической направленности.

Оборудование на игровых площадках размещаем свободно, данное расположение инвентаря даст возможность детям организовать деятельность по интересам и обеспечит принцип безопасности жизнедеятельности [3, с.95].

В юго-западной стороне на территории предлагаем спроектировать спортивную площадку. На спортивной площадке запланировано футбольное поле, тактильная дорожка, интерактивные пазлы с тематикой животный мир Хакасии.

Справа спортивной площадки располагаем интерактивную зону. В данной зоне установим на искусственном покрытии сцену для проведения мероприятий и трибуны для зрителей. Для оснащения зоны по периметру установим информационные щиты с информацией об обычаях хакасского народа. Для создания благоприятных микроклиматических условий на фоне газона высадим посадки рябины обыкновенной.

В юго-восточной части от главного входа предлагаем расположить зону ПДД. На площадке ПДД резиновое покрытие с дорожной разметкой, дорожные знаки, светофор. Эта зона будет служить площадкой для игр с транспортными средствами, с целью закрепления у детей знаний о правилах дорожного движения.

Севернее от уголка ПДД, проектируем учебно-опытный участок. На данном участке расположим зоны: экологическую тропу, цветочные часы, метеорологическую площадку. Для изучения разнообразия растительного мира Хакасии экологическую тропу разбиваем на зоны грунтовыми дорожками шириной 1,5м. В данном участке представлены зоны: горно-таежный пояс, темнохвойные леса, смешанные леса, высокогорный пояс, тундра, степи.

Ассортимент растений для горно-таежного пояса: кедр сибирский, ольха кустарниковая, ива серая, береза круглолистная, бадан, ожика волосистая, герань сибирская.

Ассортимент растений для зоны темнохвойных лесов: ель сибирская, рододендрон даурский, рябина сибирская, жимолость алтайская, багульник болотный, папоротник.

Ассортимент растений для зоны смешанных лесов: лиственница сибирская, береза низкая, смородина черная, спирея, лапчатка кустарниковая.

Ассортимент растений для высокогорного пояса: можжевельник, жимолость алтайская, ерники.

Ассортимент растений для зоны тундры: овсяница овечья, ветреница нарцисовидная, шульция, крестовник Турчанинова.

Ассортимент растений для степной зоны: вероника белойолочная, осоки, ковыль, тонконог, типчак, луки [5].

Посадочный материал для зоны экологической тропы привезен студентами экологами Хакасского университета из экспедиций. У входа в зону экологической тропы зоны установлен информационный щит карта Хакасии с разнообразием животного мира. По экологической тропе возможно проведение экскурсий и интерактивных уроков. В зимний период рекомендуется организация подкормок и наблюдений за птицами.

Зона цветочные часы. Растения, высажены в форме лепестков цветка, это позволит проследить реакцию растений на длину светового дня - календула, лен, незабудка, кислица, табак душистый [6].

Метеорологическая площадка. Цель – научить детей определять погоду, составлять прогноз, использовать специальные приборы: термометр, флюгер. На ней будут установлены два термометра. Один расположен под навесом, защищенный от солнечных лучей, второй на другом столбике без навеса. Флюгер – прибор для определения направления ветра позволит научиться определять направления ветра [7].

В свободное пространство на территории детского сада засеем парковым газоном устойчивым к выкапыванию из трав мятлик, овсяница, полевица.

В результате произведен расчет баланса территории. Процент озеленения составляет 63,8%, что соответствует нормативным требованиям.

Разработка ландшафтного проекта решает проблему функционального зонирования территорий детских садов с учетом нормативной документации. Реализация проекта создаст на территории детского сада комфортную эколого-развивающую среду, способствующую гармоничному физическому развитию дошкольника, расширяющую его кругозор о животном и растительном мире Хакасии, культуре хакасского народа.

Библиографический список

1. Цветочно-декоративные растения открытого грунта: учеб.пособие для нач. проф. образования/ Бобылева О.Н. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. –208с.
2. Боговая И.О, Теодоронский В.С. Озеленение населенных мест: Учебное пособие.–СПб.: Лань, 2014. –240с.
- 3.Громадин, А.В., Матюхин, Д.Л. Дендрология: учебник для студ. образов. учреждений сред. проф. образования.-М.: Академия, 2009.
4. Исачкин, А.В. Декоративное садоводство с основами ландшафтного проектирования: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2017. –522 с. – (Высшее образование. Бакалавриат).
5. <https://vyurchenko.ru/hakasiya/flora.html> (Дата посещения 21.21.21г.)
6. <https://zapovednik-khakassky.ru/zapovednik-xakasskij/flora.html> (Дата посещения 23.01.22г.)
- 7.<http://kniga.seluk.ru/k-raznoe/89475-1-rastitelniy-pokrov-hakasii-otvetstvenniy-redaktor-dokt-biol-nauk-kuminova-izdatelstvo-nauka-sibirskoe-otde.php>(Дата посещения 13.02.22г.)

ФЛОРАРИУМА – МИНИСАД В СТЕКЛЕ

*Попова Юлия Вадимовна,
Научный руководитель – Ольга Сергеевна Качина,
мастер производственного обучения
ГБПОУ РХ «Хакасский колледж профессиональных технологий, экономики и сервиса»,
г. Абакан*

Фитодизайн интерьера – это увлекательнейшее занятие и прекрасная возможность гармонизировать свое жизненное пространство.

Составление композиций из комнатных растений – это работа с живым материалом, помогающая оторванным от природы горожанам избавиться от плохого настроения усталости и неврозов.

По мнению дизайнеров, на сегодняшний день большой популярностью при оформлении интерьеров пользуются разнообразные композиции из растений – орхидариумы, флорариумы, палюдариумы. С помощью миниатюрного садика в обычный интерьер городской квартиры можно внести кусочек пустыни, тропиков, дремучего леса, горного ландшафта. Как будущему дизайнеру, тема устройства флорариума из комнатных

растений и природного материала, сочетающего эстетичное оформление пространства и здоровьесберегающее воздействие на организм человека, представляется интересной, позволяющей реализовать свои творческие способности.

Объект работы – ландшафтные композиции в вегетативном стиле.

Предмет работы – проект флорариума из комнатных растений и природного материала.

Цель работы – устройство флорариума из комнатных растений и природного материала.

Флорариум – минисад в стекле или композиция из комнатных растений, высаженная в стеклянный сосуд [1].

Флорариум создал лондонский врач и естествоиспытатель Натаниэль Уорд, свое изобретение назвал — «ящик Уорда». «Ящик Уорда», небольшая переносная застекленная тепличка из дерева, позволила без проблем перевозить в Европу тропические орхидеи, папоротники и бромелиевые, которые стали настоящим украшением и богатством интерьеров помещений того времени. Со временем материалы для изготовления флорариумом изменились, усовершенствовалась технология, но функция озеленение интерьера помещений осталась [2].

На основании информационных источников рассмотрены разновидности флорариумов, изучены технологии устройства [3].

Для реализации темы проекта выбран флорариум тематической композицией – воспоминания о путешествии. Очень часто с путешествий привозим с собой природный материал: ветки, камни, ракушки, песок, коряги и воспоминания. Как начинающему дизайнеру построить композиционное решение флорариума представляется реальным, имея перед глазами, природный пейзаж и живые эмоции.

Осуществлен подбор и анализ прототипов и разработан эскиз для реализации темы проекта.

На основании анализа эскиза определены необходимые материалы и оборудование.

В результате работы над темой проекта апробировано два способа изготовления водоема для флорариума. При использовании первого способа используется смола, в результате, можно залить растения, фигурки животных, ракушки, элементы крепко фиксируются и не разлагаются, образуется твердая поверхность, с которой легко убираются камушки, насекомые. А при использовании второго способа используется гель, который быстро застывает, но при этом имеет плотную желеобразную консистенцию, в которой органические остатки разлагаются, образуется плесень, при этом нужна полная реставрация водоема. В результате принято решение о выполнении водоема с использованием смолы [4,5].

Произведено устройство флорариума согласно технологии по этапам. Соблюдение этапов технологии обеспечит эстетичность и длительность функционирования флорариума.

Этапы выполнения работы:

1. декорирование дна флорариума слоем цветного песка;
2. укладка слоя дренажа 2см;
3. декор боковых стенок флорариума цветным песком (в работе использовать 3-4слоя);
4. укладка почвенного субстрата 5см;
5. оформление береговой линии с помощью камней;
6. посадка растений согласно плану;
7. установка декоративных элементов: домик, лестница, черепашки, панда;
8. устройство водопада и его оформление фрагментами стабилизированного мха;
9. формирование дна водоема;
10. засыпка светящегося порошка (люминофор);
11. заливка водоема эпоксидной смолой.

Произведена эстетическая оценка готового изделия по критериям: соответствие готовой работы эскизу; эстетичность работы; желание приобрести в качестве подарка.

Результат:

- 96% респондентов отметили, полное соответствие эскизу ответили;
- 98% респондентов отметили, высокую эстетичность работы отметили;
- 90% респондентов отметили, желание приобрести в качестве подарка.

Осуществлена экологическая оценка проекта. Для изготовления композиции использовали экологически чистые и безопасные для здоровья человека материалы. Эксплуатация изделия не повлечёт за собой существенных изменений в окружающей среде, нарушений в жизнедеятельности человека, животного и растительного мира.

Представлена смета на материал для устройства флорариума. Затраты на устройство флорариума составили 3440, прибыль от реализации составила 1160руб.

Продумана рекламная компания, позволяющая привлечь покупателей к предлагаемому изделию:

- реклама готовых дизайнерских изделий через посты социальных сетей в Инстаграмме, Одноклассники, работает группа в Viber «Флорариумы Абакан»;
- организовано и проведено два мастер–класса «Устройство флорариума» на базе Центральной библиотеки г.Абакана;
- произведена презентация в виде выставки готовых работ в Центральные библиотеки г.Абакана;
- запланировано проведение мастер-классов в рамках дней СПО, профессиональных проб для школьников республики Хакасия.

Определены перспективны дальнейшего совершенствования техники выполнения флорариумов:

- разноуровневость, многоплановость, сюжетность в построения композиции.
- Определено практическое значение работы над проектом:
- возможность самоопределения в будущей профессиональной деятельности;
 - развитие креативных способностей необходимых дизайнеру;
 - способ получения дополнительного дохода.

Библиографический список

1. Грачева А.В. Основы фитодизайна: учебное пособие.- М.Форум, 2007.-200с.
2. Декоративное растениеводство: Цветоводство: Учеб.для студ.вузов Соколова Т.А., Бочкова И.Ю. – М.: Издательский центр «Академия», 2004.- 256с.
3. Д-р Д.ГХессаен Все о комнатных растениях.- М.:Издат. «Кладезь-Букс», 2010.
4. <https://aquarium-msk.ru/blog/nauchites-delat-florarium-svoimi-rukami/> (Дата посещения 10.12.2021г.)
5. <https://stroychik.ru/raznoe/florarium-svoimi-rukami> (Дата посещения 08.12.2021г.)

БИЗНЕС ИДЕЯ: ХИМЧИСТКА САЛОНА АВТОМОБИЛЯ (AutoХим)

Водзинская Злата Юрьевна

*Научный руководитель – Бакалова Наталья Владимировна, преподаватель
Областное государственное бюджетное профессиональное образовательное
учреждение «Томский механико-технологический техникум», г. Томск*

Значительную часть своего времени автомобилисты проводят в салоне своей машины. Рано или поздно это приводит к возникновению пятен и загрязнений внутри. Удалить их можно и самостоятельно, однако, как показывает практика, лучше обратиться к специалистам.

Согласно статистике, полная химчистка салона автомобиля делается его хозяином в среднем два-три раза в год. Это даёт все основания предполагать, что, составив грамотный бизнес-план автохимчистки и правильно организовав ее функционирование, можно добиться хорошего дохода.

Стоимость химчистки авто, прежде всего, зависит от степени и объёма загрязнений. Только оценив их можно говорить о цене за эту услугу.

Описание процесса комплексной химчистки:

1. Для начала проводится поверхностная уборка: удаление пыли при помощи кисточек, щеток и микрофибровых тряпок.

2. Чистка пола. Полы считаются самым загрязненным местом в салоне. Если специалисты видят, что обычная чистка не справляется с задачей, то загрязненная поверхность на время замачивается в специальном составе, а после при помощи пылесоса «вытягивается».

3. Чистка потолка. Потолок чистится при помощи специальных микрофибровых тряпок и щеток

4. Автомобильный пластик чистится при помощи щеток и специальной автохимии.

5. Текстильные сидения автомобиля обрабатываются моющим средством, затем пылесосом удаляются глубокие пятна и пыль.

6. Естественная сушка.

Кроме комплексной х/ч клиент может выбирать любые элементы салона на которых имеются загрязнения (пол, потолок, сиденья, дверные карты, стойки), на которых стоит произвести химчистку.

Как показал анализ конкурентной среды в Томске этот бизнес только начинает набирать обороты.

В наше время практически никакое предприятие либо фирма не может развиваться без активной рекламной деятельности.

На рекламу это не нужно тратить много денег, сил, и средств. В социальных сетях следует предоставить подробную информацию о процессе выполнения работ (лучше с фотографиями), адрес и контакты предприятия. Так же можно воспользоваться ютубом и открыть канал, там размещать свои видео-обзоры с наглядным примером на проделанную работу.

Анализируя риски и их минимизацию, при правильном выборе места расположения предприятия, рациональном использовании химических средств и хорошо оборудованном помещении, бизнес будет развиваться, а клиентская база расти.

В первые 3 месяца я планирую работать как самозанятая, оплата налогов в этом случае предусматривается 4 процента при работе с физическими лицами и 6 процентов при работе с юридическими лицами.

Далее я планирую открыть ИП так как мне необходимо будет трудоустроить рабочих, как самозанятая я не могу этого делать.

Уже в первый год работы я планирую уйти в плюс. Данный вид бизнеса не требует больших финансовых вложений.

Для изучения всех тонкостей данного бизнеса я устроилась на автомойку. Мой опыт работы более 1,5 года. За это время я получила все необходимые навыки и моё желание открыть собственное дело увеличилось.

ОТ ИДЕИ - ДО РЕЗУЛЬТАТА

*Материалы VI Межрегиональной студенческой учебно-практической конференции,
проводимой в рамках деловой части программы VI Открытого регионального
чемпионата «Молодые профессионалы» (Worldskills Russia) Республики Хакасия - 2022*

Абакан
2022