

Омская гуманитарная академия

**Сборник
научных статей
магистрантов
и аспирантов**

27 декабря 2020 года

Омск
Издательство ОмГА
2021

УДК 338 + 371
ББК 65.9 (2Рос)
С23

С23 Сборник научных статей магистрантов и аспирантов. –
Омск : Изд-во ОмГА, 2021. – 184 с.

В сборнике представлены материалы, научные разработки магистрантов и аспирантов России и Республики Казахстан. Издание будет полезно не только научным сотрудникам, но и студентам, которые интересуются освещаемыми вопросами.

УДК 338 + 371
ББК 65.9 (2Рос)

Журналистика, реклама и PR в современном обществе

Дизайн современных общенациональных российских газет

Загруддинова О. Р.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – д-р полит. наук,
профессор В. А. Евдокимов

Читатели, желающие ознакомиться с информацией о жизни России, других стран мира, подчас находятся в затруднении. Отечественные газеты публикуют многочисленные новости, которые могут быть интересны специфическому типу читателей: допустим, чтобы найти информацию о спортивных состязаниях, необходимо ознакомиться со значительным количеством ненужных искателю сообщений. Существует проблема однообразия в представлении информации. Сообщения кажутся скучными, потому что даны как непрерывный текст. Задача редакции газеты – дать людям возможность ознакомиться с новостями, которые они предпочитают, а также варьировать макеты новостей по фото- и видеоматериалам, цитатам, скриншотам из социальных сетей. Рассмотрение моделей дизайна современных общенациональных газет представляет научный интерес. Цель автора статьи – выявить специфику дизайна общенациональных газет «Коммерсант» и «Российская газета».

Читатели часто выбирают новости из-за удачного оформления текста. Исследователи указывают, что эксперименты, проведенные в группах читателей, показывают, что прежде всего осуществляется идентификация издания и подтверждение идентификации путем зрительной фиксации титула (логотипа). Затем глаза переключаются на рассматривание изображений (вначале самого крупного, затем более мелких). Изображения, чаще всего фотографии, являются составными частями анонсов. Поэтому вслед за картинками очередь доходит до шрифтовых (вербальных) компонентов анонсов. Шриф-

товая составляющая анонс-обложки может иметь один, два, а то и три элемента и, соответственно, столько же уровней восприятия [1].

Редакторы печатных изданий не всегда обращают внимание на оформление страниц газеты или журнала, не обсуждают с дизайнерами тексты до их написания, редко используют инфографику. Редакторы успешно действующих газет, напротив, непременно изучают и учитывают восприятие читателями дизайна печатных изданий. Так, Гейл Грин, управляющий редактор газеты National Post (Канада), убежден: иллюстрации, дизайн – часть изложения историй. А редакторы и дизайнеры работают хорошо, когда вместе думают о наилучшей визуальной реализации замыслов. Насколько много должно быть дизайна? Будет ли история более доступной читателю с визуальными разбивками и врезками? Как насчет боксов с фактами? Или графиков? Редакторы играют главную роль в дизайн-процессе, потому что лучше всех знают тексты и то, как эти тексты должны быть поданы... Редакторы и дизайнеры должны работать вместе, чтобы быть уверенными, что контент подходит дизайну, чтобы вдохновлять друг друга, расширять границы креативности и повышать уровень визуальной и текстовой журналистики в издании [2]. Такого же мнения придерживается и Дмитрий Сурнин, главный редактор газеты «Мой район»: редактору дизайн нужен для того, чтобы газету читали, чтобы привлекать внимание к материалам, доносить информацию наиболее эффектным и эффективным способом, организовывать через дизайн процесс производства и менять культуру работы в редакции [2].

Почему к оформлению печатного издания не следует подходить формально и дизайн приобретает для любого печатного издания все большее значение? «Сплошное чтение» сменено чтением выборочным. По всей видимости, выигрывают те печатные издания, руководители которых осознали, насколько важно в интересах читателя уметь грамотно структурировать информацию, разбивая материал на составные элементы: врезки, цитаты, подзаголовки. Естественно, внешний облик издания должен соответствовать его содержанию. Дизайн, характерный для еженедельника, едва ли пригодится ежедневной газете.

Эти обстоятельства учтены редакцией газеты «Коммерсант», которая активно использует цветовую гамму. Именно на цвет все чаще обращают внимание газетные дизайнеры. И еще на фотографии. В газете можно встретить огромные снимки, причем нестан-

дартных размеров, очень узкие и вытянутые, большие подборки из снимков, обилие «вырезанных» фото. Дизайнеры часто используют так называемое жесткое кадрирование снимков – в интервью так можно передать эмоции собеседника. В основном в отечественной периодической прессе такой практики почти нет, за исключением единичных случаев.

В «Коммерсанте» текстовые материалы превалируют над иллюстративными, то есть приоритет отдается содержанию в буквальном смысле слова. Поэтому шрифтовое оформление способствует максимальной легкости восприятия материала. Количество используемых гарнитур не превышает двух-трех, средства выделения стандартизованы, оформление предельно упрощено, убрано все лишнее, что может исказить смысл сообщаемого. Этому помогает и особая стилистика рубрик и заголовков. Заголовочный комплекс выполняет функции навигатора. Стремление к однозначности – преобладающая интонация издания, и это определяет общую идеологию и принципы оформления.

Использование композиционных средств строится на тех же принципах. Такой же подход демонстрирует «Российская газета». Издание профессионально подходит к выбору фотографий, исключая недостоверную и недоработанную информацию. Среди постоянных элементов графической модели газеты «Российская газета» можно отметить логотип, количество колонок, шрифты, размерность шрифтов (кегель), цветовое решение.

В печатных медиа, особенно тех, которые имеют многолетнюю историю, название газета представляет собой узнаваемый бренд. Поэтому логично, что именно ему уделяется особенное внимание. Логотип, который одновременно является названием газеты, существует в «Российской газете» с момента основания издания. Он не претерпел существенных изменений, т. к. редакция подчеркивает его аутентичность, а также позволяет создать ориентир для целевой аудитории. Заглавие включает логотип, над которым располагается «чердак» с анонсом главных событий в области политики, культуры и спорта. На первой полосе, как правило, печатается начало материала и ссылка с указанием другой страницы номера, содержащей окончание текста.

Газета часто использует большой пробел, как между фото и публикацией, так и между столбцами в материале, выделяя какие-то абзацы, горизонтальные и вертикальные пробелы между столбца-

ми, рисунками и заголовками. Пустое пространство является неотъемлемой частью дизайна по двум причинам. Во-первых, необходимо отделить элементы друг от друга. Во-вторых, пустое пространство привлекает внимание к определенным элементам. Например, если вокруг основного заголовка публикации имеется много места, внимание читателя будет естественным образом привлечено к нему.

Таким образом, дизайнерские находки газет в первую очередь преследуют цель обеспечить привлекательность материалов печатных изданий для читателей. «Коммерсант» и «Российская газета» ориентируются на удобочитаемые шрифты с засечками, которые приятны глазу, издания избегают использования шрифтов разных размеров, обеспечивают рациональную навигацию, чтобы читатели могли быстро найти важную информацию в газете.

Библиографический список

1. Васильев С. В. Алгоритмика читательских действий при восприятии журнала [Текст] / С. В. Васильев// Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Серия : Филология. Журналистика. – Воронеж, 2007. – № 2. – С. 163–172
2. Зачем редактору дизайн? О наболевшем [Электронный ресурс] URL: <https://dnevnikykt.ru/miu-miu/409419> (дата обращения : 03.12.2020)

Структура выпусков новостей регионального телевидения

Линке А. С.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – д-р полит. наук,
профессор В. А. Евдокимов

Информационную программу новостей исследователи считают локомотивом телевизионной индустрии: именно новости являются точкой опоры для многих телекомпаний [1, 2, 3]. Выпуски новостей формируют имидж телекомпании, задают определенный тон вещания.

Новостные программы могут быть абсолютно разными, отражать оригинальный подход авторов, однако имеются определенные критерии для создателей информационных передач. Одним из первых критериев является обязательство авторов новостных выпусков размещать именно те информационные материалы, которые представляют факты, преобразованные для понимания и восприятия аудиторией.

Как считает британский социолог С. Холл, новостной материал – это необычное или важное событие, которое произошло за последние 24 часа [4]. Одними из главных свойств новостей являются оперативность и своевременность. Часто эти свойства стараются обозначить в названиях новостных передач: «Сейчас» («Пятый канал»), «Здесь и сейчас» (телеканал «Дождь»).

К интересному выводу пришла Л. А. Васильева, убежденная в том, что новость в плане жанрового бытия опирается на две составляющие: факт и аргумент. В современном мире новостной жанр подвергся видоизменению. Сегодня при подготовке высококачественного информационного продукта происходит усиление эмоциональных приемов. Жанр новости слишком широкое понятие. Исследователь определяет новость как родовое начало целого ряда других жанров публицистики: интервью, репортажа, корреспонденции [5, с. 42].

Следующим критерием, характерным для новостной программы, является визуализация журналистского текста. Благодаря развитию медиа изменились требования аудитории к подаче любой информации. Визуализация используется для отсеивания объемной информации, на представление которой пришлось бы потратить много времени, чтобы донести материал до аудитории. Да и у большинства зрителей сложилось мнение, что телевидение предлагает только некие развлечения и выполняет в основном рекреационную функцию, телевизионные новости отображают определенную зрелищность через эффектное и красочное видеоизображение.

Наряду с этим информационные программы все чаще стали делать ставку на особый драматизм сюжетов и даже демонстрацию элементов насилия. Это своего рода зрелищный крючок, на котором – информация абстрактного содержания.

Новости в первую очередь характеризуются, если можно так сказать, экранностью, эффектная картинка очень важна. Чтобы ярко представить зрителю информацию, журналист может использовать такие способы, как акцент на добавление «синхронна» либо на закадровый текст, наложенный на картинку, заранее отснятую оператором.

Важным критерием является и формат новостной программы. Понятие «формат» интерпретируют как совокупность характеристик и признаков передачи [6]. Формат новостной передачи соответствует функции, выполняемой программой. Следовательно, формат

может быть новостным, когда передача выполняет информационную функцию массмедиа, научным (функция просвещения), развлекательным, спортивным. В любом случае основной функцией программы новостей является информационная, а это значит, что превалирует новостной формат.

Важно отметить тот факт, что любая новостная программа, как региональной телекомпании, так и федеральной, характеризуются некой совокупностью жанровых особенностей. Новостной выпуск – это в первую очередь лицо канала. Качество новостных программ играет огромную роль в определении положения компании на рынке телевидения. Именно новости представляют «опознавательный знак», по которому аудитория может найти отличия, существующие между телеканалами.

Основными чертами выпуска новостей, с точки зрения исследователей, являются постоянное место в структуре недельной и дневной программы, высокая периодичность, многотемность основной части выпусков, сочетающихся со специализированными по тематике выпусками (спортивные, экстренные), мозаичный характер построения при наличии определенного постоянства (рубрики, указывающие на принадлежность множества событий к единому временному интервалу, постоянные ведущие). Выпускам новостей свойственны также блоковый характер построения с закреплённой последовательностью (постоянство верстки), сочетание нескольких видов выпусков и передач, различающихся наличием оперативности, характером и объемом комментирования, регулярностью выхода в эфир [7, с. 65].

Несмотря на общие черты новостных программ, региональные каналы выбирают для работы конкретные концепции. Н. В. Зверева выделила три основных стиля новостных программ: классический, домашний и публицистический [8, с. 63]. Классический – стиль предельной официальности. Этому стилю обычно придерживаются федеральные каналы (программы «Время» на «Первом канале» и «Вести» на канале «Россия 1»). Внимание их создателей направлено на события сегодняшнего дня, чтобы обеспечить оперативность сбора, обработки и подачи материала. Ярко выражен строгий стиль оформления интерьера студий, а также деловой стиль ведущих. Отличительная особенность – строгая верстка: главная новость – это событие, затрагивающее интересы большого количества людей. Стихийные бедствия, чрезвычайные происшествия, теракты – именно эти

сюжеты точно окажутся на первом плане. Если говорить о достоинствах данного стиля, то можно отметить большой объем информации, представляемой аудитории. Перед зрителем раскрываются главные события без какого-либо навязывания мнений о них.

Домашний стиль отображает иной принцип представления информации. Основа выпуска – социальная тематика, то, что всегда интересует массовую аудиторию, то, о чем чаще всего говорят: споры, скандалы... Ведущий выпуска новостей может прокомментировать какой-либо материал. В качестве примера можно привести «Пятый телеканал», который, на взгляд автора, придерживается такой концепции.

Публицистический стиль – нечто особое в подаче материала. Только одно событие, один яркий сюжет является стержнем программы. Более того, главное событие представляет основу для коммуникации с телезрителем. Коммуникация, как правило, выстраивается на основе интерактивного голосования, подведение итогов которого становится интригующим финалом программы. Опрос позволяет с первых минут передачи вовлечь зрителей в обсуждение острой, злободневной проблемы. Публицистический стиль требует высокой профессиональной квалификации ведущего. Журналист комментирует все что угодно в прямом эфире. Уместны и комментарии приглашенных экспертов. В ходе программы ведущий периодически напоминает о главной теме, побуждая людей участвовать в голосовании. Успешное выступление журналиста в роли публициста гарантирует привлечение к программе широкого круга зрителей.

Региональные телекомпании стараются придерживаться классической концепции формирования выпусков новостей, держать ориентир на федеральные каналы. Отличительная черта региональных телеканалов проявляется при выполнении ими коммуникационной, организаторской и управленческой функций. Как отмечено выше, зрители испытывают к подаче новостных материалов региональными телеканалами гораздо больше доверия, нежели к распространению информации федеральными телекомпаниями.

Библиографический список

1. Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика [Текст] / В. Л. Цвик. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 382 с.
2. Корнилова, Е. Е. Современные тенденции развития российского телевидения [Текст] / Е. Е. Корнилова // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. – 2007. – Спецвыпуск. – С. 77–80.

3. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках ТВ [Текст] / С. А. Муратов. – М. : Юрайт, 2017. – 278 с.
4. Hall S. The Social Eye of Picture Post. *Working Papers in Cultural Studies*, 1972, no. 2. pp. 71–120.
5. Васильева, Л. Делаем новости! [Текст] / Л. Васильева – М. : Аспект Пресс, 2003. – 190 с.
6. Солганик, Г. Я. Формат и жанр как термины [Текст] / Г. Я. Солганик // Вестник МГУ. – Серия 10 : Журналистика. – М., 2010. – № 6. – С. 22–24.
7. Попа, Е. И. Информация в структуре республиканского вещания [Текст] / Е. И. Попа. – Кишинев: Штиинца, 1989. – 119 с.
8. Зверева, Н. В. Школа тележурналиста [Текст] / Н. В. Зверева. – Н. Новгород : Изд. дом Минакова, 2009. – 272 с.

Жанры передач региональных кабельных телеканалов

Мухаметшина И. А.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – д-р полит. наук,
профессор В. А. Евдокимов

Изучение жанров тележурналистики, их трансформации представляет научный интерес. Жанры тележурналистики сформировались на основе жанров печати, их своеобразие определено устной формой звучащей речи и дополнено видеорядом. Именно это позволяет телевидению модернизировать традиционные жанры и создавать новые. Большинство телевизионных передач представляют собой сближение, соединение различных жанров; таким образом, мы наблюдаем процесс конвергенции. Цель автора – рассмотреть жанры передач региональных кабельных телеканалов «Тверь сегодня», «41» и «Ростов-на-ТВ».

Одним из наиболее популярных жанров на региональном кабельном телевидении является репортаж. При этом аналитические программы, выходящие после выпусков новостей, коротки, аудитория незначительна. Неотъемлемым условием для подготовки репортажа является «сиюминутность». Этому способствует «прямое включение». В других случаях этот эффект достигается при помощи репортажного метода показа произошедшего и рассказа о нем [1]. Чаще всего телеканалы демонстрируют событийные репортажи, которые дают возможность оперативно донести до зрителя актуаль-

ную информацию, предложить людям оценку явления, данную журналистом, помогают им выработать собственные мнения. Из-за невозможности показать в информационном сюжете событие подробно репортер отбирает характерные детали, стремясь не исказить общую картину.

Наиболее действенным является классический репортаж. Во время такого репортажа журналист рассказывает об определенном событии, свидетелем которого является [1]. Репортаж длится столько же, сколько и само событие.

Отличие между прямым репортажем и репортажем, записанным в студии, очевидно. Журналист, находящийся в студии, не достигнет того особого контакта со зрителем, который позволяет создать «эффект присутствия». Именно причастность репортера к происходящему событию накладывает отпечаток на повествование, создает настроение аудитории, адекватное происходящему, отражает эмоциональную искренность журналиста, которую безошибочно чувствует и принимает зритель [1].

Эти особенности работы репортеров раскрыты в деятельности региональных кабельных телеканалов. В новостной программе канала «Тверь сегодня» присутствуют материалы разных жанров: интервью, зарисовки, репортажи. Телесюжет уместен в любом жанре. Однако зачастую журналисты понимают «сюжет» как форму, созданную сочетанием видеоряда и закадрового текста [1]. На тверском телеканале наиболее популярным является тематический сюжет, нередко используются сюжет-анонс и мини-рецензия.

Сюжет-анонс в новостях представляет собой сообщение об ожидаемых событиях политического, культурного, общественного значения. Это может быть короткая информация о концерте, выставке или ярмарке с указанием даты и точного времени проведения акции. Задача автора сюжета-анонса не столько рекламирование, сколько информирование о том, что должно произойти в ближайшее время в городе или республике.

Мини-рецензия – это краткая оценка культурного события (спектакля, выставки, шоу). Несмотря на то, что рецензия относится к группе аналитических жанров, она достаточно часто используется в новостях. Рецензии на новые кинофильмы, спектакли, телепередачи, книжные новинки востребованы аудиторией.

Нередко на тверском телеканале журналисты используют заметку. Она, как правило, основана на письме телезрителя в редак-

цию. В заметке описываются события и факты, которые должны привлечь внимание общественности. К этому жанру предъявляются определенные требования, выполнение которых необходимо: точность, краткость, ясность.

В информационной региональной программе часто используется и отчет – сообщение о каком-либо мероприятии. По характеру отчет может быть общим или тематическим. Отчет отличается от других жанров тем, что предметом отображения являются собрания, съезды, конференции, журналист рассказывает о том, что видел и слышал [1]. Отчет в отличие от репортажа можно написать и со слов участников какого-либо форума или свидетелей события. Объем материала зависит от значимости события. Общий отчет содержит изложение фактов в хронологическом порядке.

Интервью также часто используется авторами новостных программ. Задача журналистов – получить информацию от одного или нескольких лиц об актуальных, социально значимых вопросах. В журналистской практике используется монологическое интервью, когда в кадре находится только респондент. Вопрос задает ему журналист, находящийся вне кадра. Жанр интервью предполагает точные вопросы и короткие ответы, неуместны лишние подробности и длинные вступительные фразы.

Используются тверским телеканалом также коллективное интервью и блиц-опрос, который содержит ответы на один вопрос, данные несколькими лицами. Стоит отметить, что интервью, как и репортаж, является ведущим жанром в информационных программах.

Особенностью работы воронежского кабельного «41 телеканала» является широкое использование прямого эфира, интерактивных технологий с помощью телефонной связи и сети Интернет. Имеется в виду трансляция бесед за круглым столом, дискуссий. Для местных журналистов предпочтительна обратная связь: на телеэкране указан номер телефона, позвонив, зрители могут задать волнующие их вопросы, также они могут в письмах или по телефону предложить темы для следующих программ. Такая практика свидетельствует о тесном контакте телеканала с аудиторией – жителями Воронежа.

Не упускают журналисты и иные возможности. Почти каждый региональный кабельный телеканал транслирует музыкальные передачи. Некоторые компании пытаются производить информаци-

онно-аналитические программы, но качественного вещания удастся достичь не сразу.

Сохраняется тенденция заимствования творческих идей региональными телеканалами у федеральных компаний. Например, некоторые региональные кабельные телеканалы пытаются создать ток-шоу: вслед за игровым телешоу «Русское лото» на кабельном канале «Ростов-на-ТВ» появилось аналогичное «Призы Дона». Долгое время ростовчане выпускали программу «С той ноги!», которая была аналогом утренних программ федеральных телеканалов. Авторы передач региональных кабельных телеканалов копируют идеи федеральных компаний, но не достигают успеха. Сказываются непрофессионализм журналистов, недостаточная техническая оснащенность студий.

На региональном телевидении процессы создания и развития новых жанров происходят достаточно динамично. Местные телеканалы используют такие жанры, как ток-шоу, телешоу, викторины, а также игры, которые, к слову сказать, появились на федеральных телеканалах после 1985 г. вследствие экспансии западных телевизионных жанров [2].

При этом новые жанры на местном телевидении внедряются довольно быстро. С одной стороны, этот процесс закономерен, поскольку изначально местное телевидение было создано по образу и подобию телевидения федерального. Местным телеканалам, видимо, невозможно избежать заимствования чужих идей. С другой стороны, журналистам уместно не забывать о специфике регионального телевидения. То, что популярно у зрителей федеральных каналов, не всегда найдет отклик у аудитории каналов региональных. Вряд ли копирование программ федеральных телеканалов заменит учет потребностей местной аудитории.

Библиографический список

1. Карапетян, Н. А. Информационные жанры, используемые корреспондентами регионального телевидения [Текст] / Н. А. Карапетян // Вестн. Костром. гос. ун-та. – Кострома, 2007. – № 1. – Т. 13. – С. 214–218
2. Иванова, Е. А. Влияние федерального телевидения на региональные телевизионные каналы [Текст] : На примере Ростовской области : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 : [место защиты : Ростов. гос. ун-т] / Елена Александровна Иванова. – Ростов-на-Дону, 2003. – 198 с.

Информационные жанры на телеканале «Санкт-Петербург»

Павлова А. Н.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – доктор полит. наук,
профессор В. А. Евдокимов

Телевидение как универсальный источник информации обеспечивает аудиторию разнообразными сообщениями. Внимание зрителей чаще всего привлекают новостные выпуски, репортажи, интервью. Цель автора статьи – проанализировать материалы информационных жанров, демонстрируемые телеканалом «Санкт-Петербург».

Телеканалом представлены репортаж, интервью, наиболее распространенные и востребованные аудиторией жанры. Репортаж оперативен, максимально приближен к происходящему событию, способен выявить особенности явлений действительности. В качестве видов телерепортажа выделяют событийный (М. Н. Ким, А. В. Колесниченко), инсценированный, иллюстрированный.

Телеканал «Санкт-Петербург» часто транслирует событийные репортажи, которые позволяют оперативно донести до зрителя актуальную информацию, предложить людям оценку события, данную репортером. Репортажи отражают события международного и общенационального значения, встречи лидеров государств, представительные форумы, фестивали, спортивные соревнования. Цель событийного репортажа – максимальное приближение телезрителя к происходящему, пониманию того, что и как случилось. Репортер ответствен за то, насколько люди информированы, он влияет на общественное мнение. Среди событийных репортажей одно из основных мест принадлежит спортивным. Телеканал «Санкт-Петербург» предлагает аудитории программы «Такой футбол», «Без прокатов» – ток-шоу о хоккее, «Папа, мама, я – спортивная семья», «Новости спорта».

Инсценированные репортажи также нередко представляет аудитория телеканал. Цель – отразить подлинные события, реальных участников действия, которые ведут себя совершенно естественно и не подозревают, что их снимает скрытая камера. Этот вид жанра ис-

пользуют для привлечения внимания людей к той или иной морально-этической или социальной проблеме. Инсценированные репортажи оказывают большое эмоциональное воздействие на аудиторию: телезрители не любят навязывания чьих-то мнений, им интересно самим оценивать ситуацию.

Иллюстрированные репортажи создаются за монтажным столом в студии. Журналисты предпочитают этот вид жанра, когда нет возможности выдать в эфир событийный репортаж. В иллюстрированном телерепортаже главным является зрелище, действие, которое обладает логикой развития, комментирующее слово журналиста подчинено видеоряду. Этот вид телерепортажа исследователи (А. А. Литвиненко) относят к комментированным.

В телевизионных репортажах, предназначенных для информационных программ, участвует небольшое число действующих лиц. Среди них – свидетели состоявшегося события. Благодаря свидетелям событий журналист делает упор на документальность повествования, воспроизводит важные детали. Свидетели могут подкреплять свою позицию с помощью документов.

По инициативе других участников событий появляются информационные поводы для создания того или иного телерепортажа. Цель их действий – вызвать общественный резонанс, привлечь внимание органов власти к волнующей многих людей проблеме. Третья группа – лица, которым корреспондент дает слово в эфире; иногда они излагают правдивые истории, а иногда – выдуманные.

Телеканал «Санкт-Петербург» предлагает аудитории ряд информационных программ, в которых используются элементы репортажа и интервью. «Улица правды» – это общественно-политическое ток-шоу с участием известных лиц. Участники дискуссии рассматривают острые проблемы, связанные с жизнью города и страны, возможности решения их. Ведущие программы – Екатерина Ищенко, Ирина Степанова, Юрий Зинчук.

«Сила слова» – это интеллектуальная игра для старшеклассников, посвященная русскому языку. Ведущий программы – Александр Малич. Участники шоу – школьники из Санкт-Петербурга. Они принимают участие в олимпиадах, конференциях и интеллектуальных турнирах, с легкостью справляются с трудными вопросами языкознания, отвечают на вопросы, заданные членами компетентного жюри.

«Адаптация» – это программа, посвященная вопросам борьбы с пандемией. Связанные с этой темой проблемы рассматривают деятели культуры и искусства, политики, социологи и экономисты, историки и философы. Ведущая программы – Екатерина Ищенко.

«ЗОВ» (Зона особого внимания) – новый проект о том, как сделать Петербург краше, а жизнь в городе – лучше. Ведущие программы Елена Болдышева и Юлия Глебова ведут поиск решения различных проблем. Поводом являются обращения жителей Санкт-Петербурга в редакцию телеканала.

Таким образом, репортаж и интервью – это основные, стержневые жанры любой программы телеканала. В центре репортажа – фигура репортера. Журналист решает, какие стороны события показать зрителям, а какие – не стоит, кому из действующих лиц дать слово в студии, как проиллюстрировать происходящее. Интервьюер также рассматривает различные стороны тем, о которых намеревается вести диалог с известным публичным человеком. Как бы то ни было, ответственность репортера, интервьюера значительна: они обязаны обеспечить объективное, а не искаженное освещение событий.

Библиографический список

1. Ким, М. Н. Основы творческой деятельности журналиста [Текст] / М. Н. Ким. – СПб. : Питер, 2016. – 550 с.
2. Колесниченко, А. В. Настольная книга журналиста [Текст] / А. В. Колесниченко. – М. : Аспект-Пресс, 2013. – 334 с.

Проблематика освещения судебных процессов прессой

Чернакова Е.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – доктор полит. наук,
профессор В. А. Евдокимов

Суд как явление, порожденное гражданским обществом для защиты публичных интересов, подвержен социальному контролю. Посредником и инструментом для осуществления такого контроля являются средства массовой информации. Цель автора – проанализировать сообщения «Российской газеты» о деятельности судов.

Объективное, точное освещение медиа решений судебных органов тем более важно, что значительная часть сограждан критически оценивают их деятельность. Согласно данным опроса, проведенного в 2017 г. фондом «Общественное мнение», 43 % респондентов уверены: в России часто выносятся несправедливые приговоры. 56 % опрошенных считают, что большинство российских судей берут взятки, однако 21 % респондентов уверены, что такая практика не распространена [1]. Настороженное отношение людей к деятельности судов демонстрируют и результаты опроса, проведенного в 2018 г. АНО «Независимый исследовательский центр»: половина опрошенных россиян в разной степени не доверяет российской судебной системе. В то же время Верховному суду РФ жители страны доверяют в большей мере, чем судебной системе в целом: об этом заявили более 41 % респондентов [2].

Широкое освещение судебных процессов массмедиа помогает людям на основе анализа конкретного судебного прецедента оценить правовую сторону ситуации и выстроить прогнозы. Журналисты способны участвовать в формировании правовой культуры соотечественников. Это отмечают исследователи, рассмотревшие правовые проблемы в обществе, особенности взаимодействия суда и массмедиа: А. Д. Константинов, Н. В. Бергер, Г. А. Хомякова, А. В. Смирнова, Д. А. Ягупова.

Для того чтобы в стране была развита правовая осведомленность граждан, должна быть доступной информация об этапах работы судебного аппарата. Транспарентность судебной системы обеспечена Федеральным законом № 262-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации», который действует с 1 июля 2010 г. [3]. Тем самым облегчены поиск и сбор информации журналистами: акты судебных заседаний доступны в интернете, например на таких сайтах, как «Судебные решения.рф», «Судебные и нормативные акты РФ».

Как быть, если для журналиста ограничен доступ в зал судебных заседаний? Таких случаев немало. В марте 2017 г. журналиста радиостанции «Эхо Москвы» В. Наумова не пустили на заседание суда, состоявшееся в Оренбурге. 15 января 2020 г., секретарь судьи в Октябрьском районном суде Томска не позволил журналисту онлайн-издания vtomske.ru пройти в зал, в котором проходил открытый процесс [4], 28 января 2020 г. федеральный судья Мытищин-

ского городского суда И. Дементьева удалила из зала заседаний корреспондента газеты «Аргументы недели» [5].

Судебный процесс общей юрисдикции в большинстве случаев открыт, что явствует из ч. 1 ст. 123 Конституции РФ [6], за исключением дел, предусмотренных ч. 1 ст. 241 Уголовно-процессуального кодекса РФ: когда разбирательство может привести к разглашению государственной или иной охраняемой законом тайны, а также сведений об интимных сторонах жизни участников судопроизводства, когда рассматриваются дела о преступлениях, совершенных лицами, не достигшими возраста 16 лет, когда под угрозой безопасность участников разбирательства либо их родственников. Решение о закрытом судебном заседании выносит судья заранее, а не во время процесса. Обжаловать решение о закрытом судебном заседании могут только стороны процесса.

Вместе с тем не стоит забывать об информации, которая не может быть секретной и скрываться под видом служебной или государственной тайны, т. е. право на получение ее имеют все граждане России. Согласно законам РФ «О государственной тайне» [7] и «О служебной тайне», к такой информации относят, в частности, сведения о чрезвычайных происшествиях, катастрофах, стихийных бедствиях, состоянии экологии, здравоохранения, санитарии, демографии, образования, культуры, сельского хозяйства, а также преступности, о привилегиях, компенсациях и социальных гарантиях, предоставляемых государством гражданам, должностным лицам, предприятиям, учреждениям и организациям.

Журналисту, освещающему судебные дела, нелишне быть осведомленным о своих правах в суде, а также о правах и обязанностях его работников. Намеренное создание судьей условий, ограничивающих или исключающих доступ лиц, не являющихся участниками процесса, в т. ч. представителей редакций средств массовой информации, к открытому судебному заседанию, или условий, препятствующих его фиксации, свидетельствует о нарушении профессиональной этики. Если суд придет к выводу, что фотосъемка, видеозапись, киносъемка, трансляция хода открытого судебного разбирательства не приведут к нарушению прав и законных интересов участников процесса, то он не вправе их запретить только по причине субъективного и немотивированного нежелания участниками процесса такой фиксации [8].

Как освещает деятельность судебных органов «Российская газета», издание Правительства Российской Федерации? Автором проанализированы материалы, посвященные деятельности судебной системы, с 2015 по 2020 г. Рассмотрение материалов, опубликованных в течение нескольких лет, позволяет выявить закономерности в освещении печатным изданием работы российских судов.

Большая часть публикаций содержит информацию о событиях – какие-либо оценки, мнения авторов не выражены. В материале «Верховный суд РФ признал законной отмену пожизненных социальных гарантий бывшим президентам, вице-президентам Якутии и членам их семей», вышедшем в свет 12 ноября 2015 г., рассказано о сути правового акта. 26 ноября того же года опубликована информация о том, что «Комитет Госдумы одобрил проект о праве Конституционного суда РФ не признавать международные решения». Многочисленны газетные материалы, содержащие разъяснения законодательных актов. Конечно же, такие публикации нужны, чтобы читатель был осведомлен о принятых органами власти России правовых актах. Но рассказывают ли журналисты данного издания, с какими проблемами сталкиваются судьи, журналисты, другие граждане?

Немало материалов посвящено судье из Краснодарского края Е. Хахалевой. На судью обрушился поток негативных высказываний в 2017 г., когда ее дочь вышла замуж. Федеральные каналы и печатные издания рассказали о свадьбе, обсуждая якобы огромную сумму, которая была потрачена на устройство торжества. Хахалева с помощью документов доказала, что средств было потрачено гораздо меньше, чем указывали массмедиа. Позднее журналисты распространили информацию о том, что судья будто бы связана с криминальными организациями. В глобальной сети появилась фотография, на которой Хахалева якобы запечатлена рядом с преступником. Эксперты доказали, что фотография является подделкой. Информационная атака на судью продолжается несколько лет, и журналисты «Российской газеты» уделяют внимание судьбе судьи, выражают тем самым активную гражданскую позицию. Вот как завершает публикацию, вышедшую в свет 15 июня 2020 г., журналистка В. Штольд: «Невольно возникает вопрос: если заказчики информационных атак против Хахалевой победят, не станет ли это сигналом, что «схема рабочая» – для желающего нужных решений крупного бизнеса и криминала? Зачем прибегать к радикальным мерам, если неговорчивого судью можно убрать при помощи информационных

атак?.. Это в конечном итоге может ударить по авторитету судебной системы России. А владельцы сайтов и медиаканалов, тиражирующих «заказуху», должны понимать свою ответственность за участие в информационной травле» [9]. Не это ли проявление долга журналиста – давать адекватную оценку фактам действительности и не искать виноватых там, где их нет? И не имеет значения, каких взглядов придерживается автор материала о деятельности судебных органов. Важно понимание им ответственности перед обществом.

Привлек внимание автора и материал Т. Павловской «У них отбирают дом», опубликованный 16 июня 2020 года. «Почему чиновники и судьи Краснодара с завидным упорством пытаются лишить жилья семью с двумя малышами», – выражает беспокойство автор. Андрей и Нина Жванко в письме, отправленном в редакцию, пояснили: «...И теперь наша молодая семья с двумя маленькими детьми благодаря некоторым чиновникам администрации города Краснодара и представителям местной Фемиды оказывается у разбитого корыта» [там же]. Корреспондент газеты попытался разобраться в происходящем не первый год конфликте. Управление муниципального контроля Краснодара обратилось с иском в суд о сносе жилья на основании жалобы соседки Жванко, интересы которой не были нарушены. Судья районного суда объективно разобрался в ситуации и пришел к выводу, что непоправимых ошибок супруги Жванко не совершили. Однако городская администрация обратилась в краевой суд, который вынес решение о сносе дома, принадлежащего Жванко. Тем не менее огласка темы в федеральном издании наверняка станет толчком к решению проблемы.

Освещение массмедиа деятельности судов помогает людям на основе информации о конкретных судебных прецедентах непредвзято оценить описываемые журналистами ситуации, что важно для формирования правовой культуры граждан. Объективные, точные публикации прессы создают условия для повышения доверия россиян к судебным органам.

Библиографический список

1. Репутация судов и судей [Электронный ресурс]. – URL: <https://fom.ru/Bezopasnost-i-pravo/13239> (дата обращения : 20.12.2020)
2. Отношение россиян к судебной системе (итоги всероссийского опроса) [Электронный ресурс]. – URL: <http://исследовательский-центр.пф/otnoshenie-rossiyan-k-sudebnoj-sisteme-itogi-vserossijskogo-oprosa/?ckattempt=1> (дата обращения : 20.12.2020)

3. Смирнов, А. В. Транспарентность судебной власти: политико-правовой анализ [Текст] / А. В. Смирнов. – М. : ЛексЭст, 2005. – С. 13–30.
4. Секретарь в томском суде не пустила журналиста на открытое заседание [Электронный ресурс]. – URL: <https://news.vtomske.ru/news/170152-sekretar-v-tomskom-sude-ne-pustila-jurnalista-na-otkrytoe-zasedanie> (дата обращения : 20.12.2020)
5. Сергеевков, В. Как и почему судья не пустила журналиста «Аргументов недели» в суд [Электронный ресурс] / В. Сергеевков. – URL: <https://argumenti.ru> (дата обращения : 20.12.2020)
6. Российская Федерация. Законы. Конституция [Электронный ресурс] : принята всенародным голосованием 12.12. 1993; с изм., одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020. – URL: <http://constitutionrf.ru/rzd-1/gl-7/st-123-krf> (дата обращения : 20.12.2020)
7. Российская Федерация. Законы. О государственной тайне [Электронный ресурс] : федеральный закон : в ред. Федеральных законов от 06.10.1997 N 131-ФЗ, от 30.06.2003 N 86-ФЗ, от 11.11.2003 N 153-ФЗ, от 29.06.2004 N 58-ФЗ, от 22.08.2004 N 122-ФЗ, от 01.12.2007 N 294-ФЗ, от 01.12.2007 N 318-ФЗ, с изм., внесенными Постановлением Конституционного Суда РФ от 27.03.1996 N 8-П, определениями Конституционного Суда РФ от 10.11.2002 N 293-О, от 10.11.2002 N 314-О. – URL: <http://www.fsb.ru/fsb/npd/more.htm%21id%3D10343056%40fsbNpa.html> (дата обращения : 20.12.2020)
8. Верховный суд РФ разъяснил порядок осуществления права граждан и представителей СМИ на доступ к информации о судебных процессах [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/22585.html/> (дата обращения : 20.12.2020)
9. Штольд, В. Беззащитная Фемида? Допустимо ли привыкание к информационной травле судей [Электронный ресурс] / В. Штольд. – URL: <https://rg.ru/2020/06/15/dopustimo-li-privykanie-k-informacionnoj-travle-sudej.html> (дата обращения : 20.12.2020)
10. Павловская, Т. У них отбирают дом: Почему чиновники и судьи Краснодар с завидным упорством пытаются лишить жилья семью с двумя малышами [Электронный ресурс] / Т. Павловская. – URL: <https://rg.ru/2020/06/16/reg-ufo/pochemu-chinovniki-i-sudi-krasnodara-pytaiutsia-lishit-zhilia-semiu-s-detmi.html> (дата обращения : 20.12.2020)

Проблемы управления в современном обществе

Характеристика деятельности департамента Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан по Алматинской области и управления им

Акшыбаева М. А.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент С. П. Долженко

Департамент Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК по Алматинской области, являясь территориальным органом Агентства по стратегическому планированию и реформам РК, реализует важнейшую задачу по обеспечению государственных органов, деловых кругов и общественности региона и республики объективной статистической информацией о социально-экономическом развитии Алматинской области, а также осуществляет другие функции по контролю и надзору над реализацией государственной политики в сфере статистической деятельности на территории области.

Департамент Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК по Алматинской области является территориальным государственным органом АСПИР Республики Казахстан, осуществляющим руководство в сфере государственной статистической деятельности. Департамент обеспечивает статистическими данными местные руководящие органы, юридические и физические лица в порядке, установленном законодательством Республики Казахстан. В своей деятельности департамент руководствуется законом Республики Казахстан «О госу-

дарственной статистике», законами РК, актами президента, правительства РК, иными нормативными правовыми актами и положением о департаменте.

Департамент является юридическим лицом в организационно-правовой форме государственного учреждения, имеет печати и штампы со своим наименованием на государственном языке, бланки установленного образца, счета в органах казначейства в соответствии с законодательством Республики Казахстан.

В гражданско-правовые отношения департамент вступает от собственного имени.

Организация имеет право выступать в качестве стороны гражданско-правовых отношений от имени государства, если оно уполномочено на это в соответствии с законодательством.

Департамент по вопросам своей компетенции в установленном законодательством порядке принимает решения, оформляемые приказами руководителя департамента либо лица, его замещающего.

Структура и лимит штатной численности департамента утверждаются в соответствии с действующим законодательством[1].

Целью деятельности департамента является проведение статистических наблюдений в соответствии с планом статистических работ, ежегодно утверждаемым правительством РК. Для достижения указанной цели департамент получает от юридических лиц государственную статистическую отчетность в объемах, определенных планом статистических работ, и в сроки, определенные тем же планом.

Департаментом проводится работа по ведению и актуализации статистического регистра хозяйствующих субъектов города, создана база юридических лиц, число которых составляет около трети базы юридических лиц Республики Казахстан.

Организациям, финансируемым из бюджета, присущ целый ряд характерных особенностей, которые необходимо принимать во внимание при проведении анализа хозяйственной деятельности.

Государственные расходы можно разделить на три основных типа. Государственные закупки товаров и услуг для текущего использования классифицируются как правительственное потребление. Государственные закупки товаров и услуг, предназначенных для создания будущих выгод, таких, как инвестиции в инфраструктуру или расходы на исследования, классифицируются как государственные инвестиции. Государственные расходы, которые не являются покупками товаров и услуг, а просто представляют собой пере-

воды денег, такие, как платежи по социальному обеспечению, называются трансфертными платежами [2].

Главный элемент деятельности финансовых данных заключен в процессе составления бюджета. Составление бюджета – процесс распределения конечных ресурсов по приоритетам потребностей организации. В большинстве случаев правительственному предприятию бюджет предоставляет законные полномочия распоряжаться деньгами. Принятие бюджета в государственном секторе подразумевает, что правлением и администраторами был принят ряд решений, который позволяет достигнуть высшей точки в соответствии с ресурсами правительства с потребностями предприятия. По сути, бюджет – продукт процесса планирования.

Бюджет также обеспечивает важный инструмент для контроля и оценки источников и использования ресурсов. Используя систему учета, чтобы выполнить желание руководства, администраторы в состоянии выполнить действия, которые были разрешены бюджетом, и управлять ими, и оценить финансовые показатели на основе сравнений между планируемыми и фактическими операциями [3]. Таким образом, бюджет неявно связан с финансовой ответственностью и имеет отношение непосредственно к целям финансовой отчетности.

Планирование и функции управления, неотъемлемые для любых организаций, включая департаменты, подчеркивают важность методов составления бюджета по следующим причинам.

1. Тип, количество и качество товаров и услуг, обеспечиваемых правительствами, часто не подвергаются рыночным силам спроса и предложения. Таким образом, предписание и соблюдение бюджета устанавливают ограничения в отсутствие конкурентного рынка.

2. Эти товары и услуги обычно считаются очень важными для общественного интереса и благосостояния.

Департамент Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК по Алматинской области осуществляет руководство в сфере государственной статистической деятельности. Важнейшим средством доведения информации до потребителей являются статистические публикации: ежемесячный доклад «Социально-экономическое развитие города Алматы», статистические бюллетени, сборники и аналитические записки по всем отраслям статистики, а также пресс-релизы, предоставляемые СМИ города. Кроме того, департамент периодически

проводит день открытых дверей для представителей предприятий, организаций и учебных заведений города, целью которых является ознакомление с итогами социально-экономического развития города, с деятельностью департамента по сбору и обработке получаемых статистических данных, а также распространение и доведение статистической информации до пользователей.

Библиографический список

1. Министерство национальной экономики Республики Казахстан. Комитет по статистике. Приказы Об утверждении положений о территориальных органах Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан : приказ председателя от 11.06.2020 № 81 [Электронный ресурс]. – URL: <http://adiet.zan.kz/rus/docs/G2oNTCo0o81#z463> (дата обращения : 13.12.2020)
2. Республика Казахстан. Законы. О государственных закупках [Электронный ресурс] : от 4.12.2015 № 434-V (с изменениями и дополнениями по состоянию на 15.11.2020). – URL: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=34050877 (дата обращения : 13.12.2020)
3. Ракитина, И. С. Государственные и муниципальные финансы : учебник и практикум для академического бакалавриата [Текст] / И. С. Ракитина, Н. Н. Березина. — М. : Юрайт, 2019. — 333 с.

Совершенствование деятельности департамента Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан по Алматинской области

Акшыбаева М. А.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент С. П. Долженко

Многие аспекты качества в национальных статистических институтах явно улучшились за последние годы. Группа экспертов по европейскому лидерству объединила сотрудников старшего звена, которые разработали ряд рекомендаций, которым согласились следовать все европейские статистические институты. Это включало организацию серии европейских конференций по качеству, проводимых раз в два года, начиная со стокгольмской (Швеция) в 2001 г.

Они предоставили возможность обмена идеями по поводу повышения качества статистики разным странам мира (а не только Европе). Усилия по повышению качества не ограничиваются Европой. За последние 10 лет были созданы многочисленные программы повышения качества в Африке и других странах.

Здесь мы рассматриваем разработку систем качества, а также мер и инструментов для их оценки. В работе также исследуются проблемы фактического повышения качества, в частности непрерывного улучшения качества, которое требует сосредоточения внимания на измерении процесса, а не только продукта или выпуска, на рассмотрении затрат как компонента качества и сильном организационном лидерстве. В данной статье обсуждается важность того, чтобы национальные статистические институты (НСИ) знали своих пользователей и понимали, как меняются ожидания пользователей в отношении официальной статистики: например, появление больших данных в Интернете привело к появлению у пользователей требований к быстрой обработке данных, а эти требования, в свою очередь, влияют на качество данных. Большие данные также предлагают тщательно изученные возможности для разработки официальной статистики, основанной на смешанных данных. Адаптивный дизайн еще одна стратегия удовлетворения потребностей пользователей в более своевременной статистике при сохранении качества. Все эти разработки потребуют новых наборов навыков в сочетании с навыками, которые долгое время хорошо служили НСИ.

Многие из нас слышат, как политики и ученые говорят, что мы можем полагаться на большие данные, чтобы ответить на статистические вопросы, будь то отслеживание следующей эпидемии гриппа с помощью поисковых систем или анализ воздействия окружающей среды на организм путем простого измерения уровня тех или иных веществ в крови (метабомика) и генетики (геномика). Они часто забывают, что методология, позволявшая давать эффективную оценку масштабов эпидемии гриппа в один год, на следующий была уже неэффективна. Без тщательного отсеивания и смешивания полученных данных выводы будут бесполезны, а статистическая репутация может легко испортиться.

В последнее время появилась необходимость редактирования больших данных перед их анализом. К сожалению, скорость и разнообразие входящих данных делают невозможными многие традиционные методы редактирования. Однако стало понятно, что модель цепи Маркова может быть применена для повышения уровня полезности данных.

Одной из составляющих удовлетворения потребности в более своевременном выпуске данных является адаптивный дизайн [1]. Адаптивный дизайн – это, по сути, та же идея, что и мониторинг переменных процесса. Благодаря мониторингу в режиме реального времени того, как идет сбор данных, НСИ смогут быстро отреагировать, чтобы улучшить качество. Показатели отклика на социальную статистику повсеместно снижаются, но показатели отклика в одних ключевых областях ниже, чем ожидалось, в то время как в других случаях они выше, что может привести к систематической ошибке, связанной с отсутствием ответов. Можно ли перенести дополнительные ресурсы (например, часы интервьюера) из одного домена в другой, чтобы получить достаточно ответов для всех доменов? Если эти решения будут приняты раньше, сможем ли мы исключить последние недели / месяцы сбора данных, на которые приходится большая часть затрат? Если мы запустим исходные наборы данных с помощью программ редактирования и вменения, сможем ли мы выявить проблемы, которые можно решить до того, как более поздние респонденты завершат свои опросы? Это может сократить период времени между окончанием сбора данных и публикацией результатов. Возможность сократить время сбора и обработки данных может значительно повысить своевременность обследования при сохранении его высокого качества.

Международный валютный фонд [2] разработал систему оценки качества данных в рамках своей программы. Эта концепция состояла из 5 компонентов: целостность, методологическая надежность, точность и надежность, удобство обслуживания (периодическое, своевременное, с политикой пересмотра) и доступность.

Организация экономического сотрудничества и развития [3] имеет семь измерений качества (рис. 1):

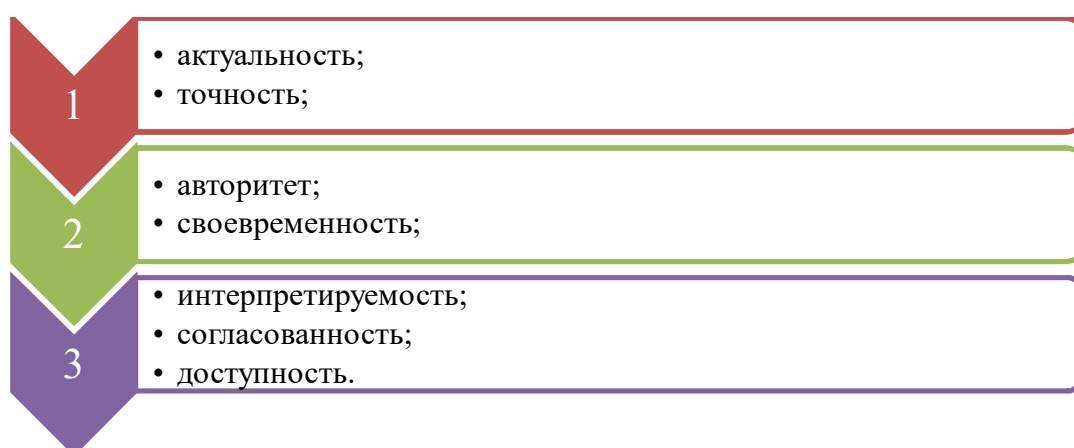


Рисунок 1 – Измерения качества экономического сотрудничества и развития

Уверенность пользователей растет с каждым днем. Одним из важных аспектов является вера в объективность данных. Это означает, что данные производятся профессионально в соответствии со статистическими стандартами, а политика и практика прозрачны. Например, данными не манипулируют, и их выпуск не приурочен к политическому давлению.

Общие рамки помогают общению и пониманию. Но, как указывали Морганштейн и Маркер, а ранее Деминг, для повышения качества необходимо измерять переменные процесса, а не просто переменные продукта (выхода).

Общая модель статистических бизнес-процессов обеспечивает универсальное понимание и язык, позволяющий одновременно улучшать каждый из компонентов структуры. Сосредоточив усилия на подпроцессах, вы можете устранить источники изменчивости, которые отрицательно влияют на многие характеристики продуктов. Например, улучшение структуры выборки может устранить большую часть этапов очистки внутреннего обследования и уточнить охват и соответствие единиц в структуре. Это повысит точность, своевременность и ясность продуктов данных.

Качество в НСИ явно улучшилось за последние годы. Были разработаны основы, согласованные между странами. Международные усилия привели к обмену идеями и передовым опытом. Были улучшены своевременность и связь с клиентами. Стала доступна дополнительная документация. Однако меняются и ожидания клиентов. Одним из примеров является то, что относительная важность точности и своевременности меняется, причем своевременность приобретает все большее значение в последние годы.

По-прежнему необходимы серьезные усилия для постоянного улучшения. Больше внимания следует уделять измерению внутренних процессов, затрат и компонентов качества, помимо точности. Необходимо регулярно обновлять документацию, разрабатывать методы включения больших данных и повышать гибкость, чтобы можно было использовать адаптивные методы, основанные на параданых.

Признано, что поддержка постоянного улучшения качества не может быть пассивной – для достижения успеха требуется регулярное участие руководства[4]. Действительно, автор решительно утверждает, что необходимо сместить акцент с измерения качества на улучшение качества. Измерения жизненно важны, но не являются

целью. Это потребует переориентации на улучшение внутренних процессов. К тому же, это подразумевает признание необходимости отслеживать затраты как компонент качества.

Библиографический список

1. Tourangeau R, Brick JM, Lohr SL, Li J. Adaptive and responsive survey designs: A review and assessment. *Journal of the Royal Statistical Society: Series A (Statistics in Society)*, March 10, 2016.
2. Джордж, С. Всеобщее управление качеством [Текст] / С. Джордж, А. Ваймерскирх. – М. : Виктория плюс, 2017. – 256 с.
3. Ефимов, В. В. Средства и методы управления качеством [Текст] : моногр. / В. В. Ефимов. – М. : КноРус, 2018. – 232 с.
4. Тебекин, А. В. Методы принятия управленческих решений : учебник для академического бакалавриата [Текст] / А. В. Тебекин. – М. : Юрайт, 2019. – 433 с.

Организация системы управления проектами на предприятии

Бородай Е. С.,
Омская гуманитарная академия
научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент Н. В. Черноножкина

Функциями управления проектом являются планирование, контроль, анализ, принятие решений, подготовка и ведение бюджета проекта, организация его реализации, мониторинг, оценка, отчетность, экспертиза, проверка и принятие, учет, администрирование [1].

Подсистемы управления проектами включают управление содержанием и объемом работ, временем, продолжительностью, стоимостью, качеством, закупками и поставками, распределением ресурсов, человеческими ресурсами, рисками, запасами ресурсов, информацией и коммуникациями, а также интеграционным управлением.

Таким образом, управление проектом представляет собой методологию организации, планирования, управления, координации человеческих и материальных ресурсов на протяжении всего жизненного цикла проекта, направленную на эффективное достижение его целей путем применения системы современных методов, приемов и технологий управления для достижения цели. Результаты оп-

ределены в проекте по составу и объему работ, стоимости, времени, качеству.

Для эффективного управления проектом система должна быть хорошо структурирована. Суть структурирования или декомпозиции состоит в том, чтобы разбить проект и систему управления на подсистемы и компоненты, которыми можно управлять (рис. 1) [2].

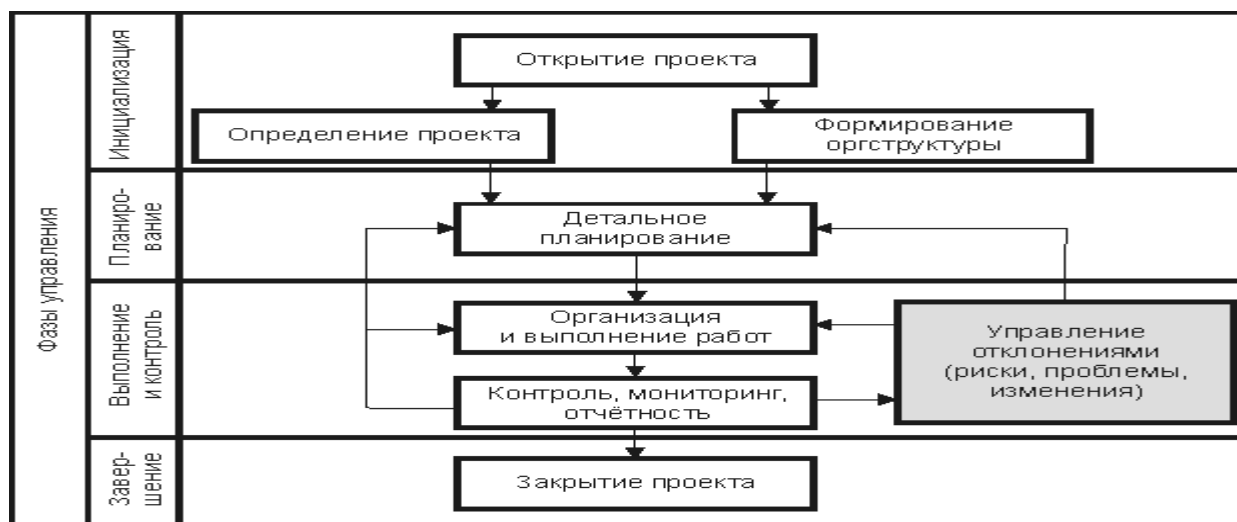


Рисунок 1 – Процесс управления проектом [2]

Разделение процесса управления на этапы – это жизненный цикл проекта, который определяет этап его реализации. Жизненный цикл проекта (временной интервал между моментом его появления, началом проекта и моментом его ликвидации, его завершением) является исходной концепцией для изучения проблем финансирования работ и принятия соответствующих решений.

Основным структурным подразделением является команда проекта (специальная группа, которая становится или является частью организации – независимого участника проекта – и управляет инвестиционным процессом). Это будущая проектная команда, осознающая необходимость запуска проектных мероприятий. На этом этапе разрабатывается концепция проекта, включая анализ потребностей, формулирование инициатив проекта и их доведение до управления бизнесом, анализ и оценка инициатив проекта, принятие решения о дальнейшем развитии проекта, формирование организационной структуры проекта [3].

Определение проекта связано с уточнением параметров проекта, с анализом и оценкой рисков, с оценкой затрат и доходов, свя-

занных с реализацией проекта, с принятием решения о реализации проекта.

Формирование организационной структуры проекта – это выбор организационной формы проекта, назначение менеджера проекта, организация команды проекта, подготовка плана работы команды проекта и его утверждение со стороны руководства компании или проекта [4].

Этап планирования включает непосредственную разработку проекта (определение подрядчиков и структуры работ, планирование работ, бюджетов, составление спецификаций проекта, ведение переговоров и заключение договоров с подрядчиками и поставщиками).

Мониторинг является актуальным и направлен на своевременное выявление отклонений и их причин, а также на разработку корректирующих мер для минимизации отклонений от фактических результатов по сравнению с планом.

Стадия завершения проекта определяется, в общем случае, приемочными испытаниями, испытаниями и вводом в эксплуатацию проекта.

Методы управления проектами позволяют [5]:

- определить цели проекта и провести его обоснование;
- выявить структуру проекта (подцели, основные этапы работы, которые предстоит пройти);
- определить необходимые объемы и источники финансирования;
- подобрать исполнителей;
- подготовить и заключить контракты;
- определить сроки выполнения проекта, составить график его реализации и рассчитать необходимые ресурсы;
- рассчитать смету и бюджет проекта;
- спланировать и учесть риски;
- обеспечить контроль за ходом выполнения проекта.

Для всех проектов можно выделить наиболее существенные функции управления проектом:

1) управление предметной областью проекта – ее изменение или уточнение, как в процессе разработки проекта, так и при его выполнении;

2) управление качеством проекта – планирование, обеспечение и контроль качества проектных, организационных и управленче-

ских решений; материалов, оборудования и сырья, выполняемых работ и результатов;

3) управление временем в проекте:

– определение последовательности и продолжительности работ;

– разработка календарного плана и контроль его выполнения;

4) управление стоимостью:

– планирование ресурсов;

– оценка их стоимости;

– формирование сметы и бюджета проекта;

– контроль стоимости;

5) управление риском:

– прогнозирование и предупреждение возникновения рисков-
вых ситуаций;

– принятие мер по снижению риска;

– распределение возможного ущерба от риска между участни-
ками проекта;

6) управление людскими ресурсами:

– определение требований к персоналу;

– поиск, отбор кандидатур и оформление на работу;

– планирование и распределение персонала по рабочим
местам;

– организация обучения и повышения квалификации;

– предупреждение конфликтных ситуаций;

– установление оплаты труда и др.;

7) управление контрактами и поставками:

– планирование контрактов и поставок;

– подготовка предложений и запросов;

– выбор контракторов;

– администрирование и закрытие контрактов;

8) управление коммуникациями – сбор, передача, сортировка,
отображение и интерпретация информации для всех участников
проекта;

9) управление изменениями:

– прогнозирование изменений в проекте под влиянием внут-
ренних и внешних факторов;

– разработка плана защиты и изменений проекта;

- исполнение плана, контроль изменений и оценка их эффективности.

Подсистемы управления проектом [6]:

- управление содержанием и объемом работ;
- управление продолжительностью;
- управление стоимостью;
- управление качеством;
- управление закупками и поставками;
- управление ресурсами;
- управление человеческими ресурсами;
- управление изменениями;
- управление рисками;
- управление запасами;
- интеграционное управление;
- управление информацией и коммуникациями.

Управление проектом основано на использовании широкого спектра научных методов, таких, как [7]:

- методы сетевого планирования и управления – используются для моделирования проекта, его временного и ресурсного анализа, распределения ресурсов и мониторинга проекта;

- методы планирования затрат – используются для расчета стоимости проекта по проектам-аналогам или на основе объема работ и нормативной базы, а также для минимизации стоимости проекта за счет варьирования параметров финансовых схем, интенсивности работ, их сроков и способов выполнения;

- методы контроля затрат – используются для мониторинга затрат посредством расчета различных стоимостных показателей и составления на их основе разнообразных графиков;

- методы управления риском – используются для имитационного моделирования рискованных ситуаций, вероятностной и экспертной оценки их последствий;

- методы управления качеством – используются для обеспечения соответствия потребностям в проекте, качества его разработки и планирования, соответствия проекта плановой документации, качества материально-технического обеспечения;

- методы управления конфликтами – используются для прогнозирования, оценки и предотвращения конфликтных ситуаций;

– методы управления изменениями – используются для прогнозирования, оценки и защиты проекта от изменений, а также для внесения необходимых изменений;

– методы управления контрактами – используются для упорядочения и систематизации процедур подготовки, согласования, оформления, контроля и закрытия контрактов;

– методы организации управления проектом – используются для построения рациональных организационных форм и структур, установления регламента и взаимоотношений между участниками проекта, формирования необходимого состава команды проекта, эффективного управления персоналом и налаживания необходимых коммуникаций.

Критериями эффективного управления проектом являются[8]:

– завершения проекта в установленные сроки и в рамках бюджета;

– соблюдение требований к качеству результатов;

– минимальный согласованный объем изменений в предметной области проекта;

– сохранение без нарушений текущей работы организации за рамками проекта.

Вывод

Таким образом, управление проектом представляет собой методологию организации, планирования, управления, координации человеческих и материальных ресурсов на протяжении всего жизненного цикла проекта, направленную на эффективное достижение его целей путем применения системы современных методов, приемов и технологий управления для достижения цели. Результаты определены в проекте по составу и объему работ, стоимости, времени, качеству.

Для эффективного управления проектом система должна быть хорошо структурирована.

Суть структурирования или декомпозиции состоит в том, чтобы разбить проект и систему управления на подсистемы и компоненты, которыми можно управлять.

Успешное развитие предприятий зависит от их способности генерировать и осуществлять различные инициативы: выпуск новой продукции, совершенствование технологий, внедрение новых, более прогрессивных способов организации производства, сбыта продукции, взаимодействия с клиентурой.

Эффективным инструментарием управления этими процессами являются методы и средства проектного менеджмента.

Библиографический список

1. Анцев, А. В. Техническая эксплуатация технологического оборудования на основе проектного подхода [Текст] / А. В. Анцев // Известия ТулГУ. Технические науки. – Тула, 2016. – №3. – С. 331–338.
2. Бакланова, Ю. О. Эволюция подхода к проектному управлению инновациями: инициатива, проект, программа, портфель [Текст] / О. Ю. Бакланова // Современные технологии управления. – Киров : Междунар. центр науч.-исслед. проектов, 2017. – № 3 (15) – С. 46–54
3. Мазур, И. И. Управление проектами: учебное пособие [Текст] / И. И. Мазур и др. ; под общ. ред. И. И. Мазира, В. Д. Шاپир. – 9 изд., стер. – М., 2018 – 456 с.
4. Попов, Ю. И., Управление проектами [Текст] / Ю. И. Попов, О. В. Яковенко – М. : Инфра-М, 2018. – 357 с.
5. Строилова, Э. В. Проектный менеджмент и реинжиниринг [Текст] / Э. В. Строилова // Фундаментальные исследования. – М. : Изд. дом «Академия естествознания», 2016. – № 4-5. – С. 1206–1210.
6. Тумбинская, Н. Ю. Проектный подход к бизнес-развитию предприятия [Текст] / Н. Ю. Тумбинская // Отраслевая экономика . – 2018. – № 4. – С. 40–46.
7. Фисенко, С. Б. Внедрение механизма проектного управления на предприятиях лесной промышленности [Текст] / С. Б. Фисенко // Транспортное дело России. – М. : Редакция газеты «Морские вести России», 2016. – № 4. – С. 222–224
8. Юрьева, Т. В. Проектный подход как инструмент реализации стратегических целей [Текст] / Т. В. Юрьева // Экономические науки. – М., 2017 – № 11 (120). – С. 7–10.
9. Яковлев, Е. А. Управление взаимодействием субъектов инновационного проекта [Текст] / Е. А. Яковлев // Вестник Чуваш. гос. ун-та. – Чебоксары, 2017. – № 1. – С. 499–501.

Феномен российской политической элиты

Горбатова Д. А.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. полит. наук,
доцент Е. В. Пыхтеева

Проблематика феноменологии российской политической элиты сохраняет свою актуальность в отечественной политической теории. Уникальный способ формирования и развития российской политической элиты заслуживает внимания в связи с желанием исследова-

телей в области политической науки научиться прогнозированию политического поведения управленческого слоя страны, возможности его смены, изучением «жизненных циклов», определением механизмов принятия решений и т. д.

Термин «элита» в переводе с латинского языка (от *eligere*) и французского (от *elite*) означает нечто избранное, лучшее, отборное [4, с. 43].

В более широком смысле элита – это высший, отъединенный от остального общества слой, который контролирует основные политические, экономические и культурные ресурсы. Политическая элита, по общепринятому мнению, это группа людей, обладающая моральным и интеллектуальным превосходством над всем остальным обществом и принимающая главные политические решения.

Существование политической элиты можно объяснить двумя причинами. Во-первых, народ не может осуществлять управление общественными делами на повседневной основе. Во-вторых, у общества есть потребность в высоком уровне политического руководства, которое осуществляется посредством выбора небольшой профессиональной группы [3, с. 22]. Так же политическая элита выполняет несколько основных функций.

1. Стратегическая функция состоит в установлении тенденций развития общества и создании программ социальных преобразований и реформ с учетом общественных интересов.

2. Функция посредничества заключается в предотвращении и урегулировании конфликтов в обществе, вызванных социальной напряженностью на почве неравенства групп, слоев населения [1, с. 62].

Политическая элита была и остается предметом трудов многих ученых, в том числе В. Парето, Г. Моска, Р. Михельс. Если обратиться к отечественным исследованиям, то можно выделить социолога О. В. Крыштановскую. Она изучала российскую политическую элиту более 15 лет. В ее понимании элита – это группа людей, способных принимать общезначимые, общегосударственные решения. В такую группу людей входят чиновники высшего ранга а также люди, обладающие высоким финансовым положением, имеющие возможность оказывать влияние на политические события и процесс в целом.

В книге «Анатомия российской элиты» О. В. Крыштановская рассматривает два основных процесса, связанных с элитой:

- 1) инкорпорация, т. е. вхождение в элиту;
- 2) экскорпорация, т. е. выход из элиты.

При М. С. Горбачеве традиционный путь ротации и механизм инкорпорации элиты меняются. В результате принятия закона «О выборах народных депутатов СССР» в декабре 1988 г. и благодаря выборам существенно меняется состав парламента. «В 1989 г. уже не номенклатура составляет самую многочисленную группу в Верховном Совете, а интеллигенция, которая увеличила свое присутствие в ВС в пять раз (с 7 до 35 %)» [2].

При Ельцине вход в элиту осуществлялся тоже посредством выборов. Новшество состояло в том, что теперь выборы были способом рекрутации региональной элиты. «В апреле–мае 1991 г. постановлениями президиума Верховного Совета РСФСР было определено, что главами исполнительной власти Москвы и Ленинграда являются избираемые населением мэры этих городов. Их выборы были проведены одновременно с президентскими в июне 1991 года. Тогда же, в соответствии с законом, принятым местным Верховным Советом, в Татарской АССР был избран, и тоже всенародным голосованием, новый глава республики – президент» [2, с. 31].

Процесс выхода из элиты при Брежневe осуществлялся двумя способами. Первый включал в себя сохранение элитного статуса, то есть подразумевал перемещение работника по горизонтали или вниз по вертикали внутри элиты. Другой путь предусматривал смещение работника в экс-элитную структуру, что означало смену статуса вниз по вертикали власти.

Отставки при М. С. Горбачеве называли «кадровой мясорубкой». Он активно отстранял от должности генералов, предоставляя возможность занимать посты генеральских инспекторов в Министерстве обороны СССР. Наиболее авторитетным бывшим управленцам присваивался статус консультантов в высших структурах и органах власти, оставшиеся были отправлены в советские консульства и посольства за рубеж.

Экскорпорацию элиты при Б. Н. Ельцине можно разделить на три вида.

1. Добровольные отставки, которые чаще всего были связаны с несогласием проводимой Ельциным политикой.
2. Репрессивные отставки, которые часто сопровождались уголовным преследованием чиновника.
3. Рекреативные отставки, сопровождавшиеся выходом официала в резервации или запасники.

Отставки при В. В. Путине не были «кадровой мясорубкой». Увольнения чаще всего происходили по собственному желанию, к тому же с предоставлением новых рабочих мест [2]. Также О. В. Крыштановская приводит численность политической элиты, которую можно разделить на 4 группы.

Таблица 1 – Сравнительный анализ численности групп политической элиты России в конце XX–XXI вв.

№ группы	Высшее руководство	Правительство	Парламент	Региональная элита
1.	Численность политической элиты при М. С. Горбачеве, 1 марта 1990 г. [2].			
	19	85 чел.	2245 нар. деп. СССР	174 первых секретарей ЦК компартий союзных республик.
2.	Численность политической элиты при Б. Н. Ельцине, 1993 г.			
	15 членов Совета Безопасности РФ	35 чел.	628 чел. (178 деп. Совета Федерации и 450 депутатов Гос. Думы)	178 чел.
3.	Численность политической элиты при Б. Н. Ельцине, 1999 г.			
	28	50 чел. на 01.04. 1999 г.	450 деп. Гос. Думы	178 чел.
4.	Численность политической элиты при В. В. Путине, 2002 г.			
	24	58 чел.	628 чел. (178 деп. Совета Федерации на 02.2002 и 450 деп. Гос. Думы)	178 чел.: 89 глав администраций и 89 глав законодательных собраний субъектов Российской Федерации

Их изложенных материалов следует, что первая группа количественно превосходит остальные, в то время как в каждой отдельной группе наблюдается расхождение в статистических данных. Численность политической элиты в период президентства В. В. Путина существенно увеличилась и приобрела специфические черты. Прежде всего исследователи отмечают увеличение численности представителей силовых структур, уменьшение доли интеллектуальной элиты в управлении (на 20,9 %), уменьшение количества женщин-политиков (с 2,9 % до 1,7 %), увеличение доли провинциальной эли-

ты в составе российской элиты. Хочется заметить, что политическая элита выполняет ряд специфических функций, может изменяться как качественно, так и количественно и влияет на многие сферы жизни государства. Тенденции развития современной политической элиты можно определить как стремление создать новую политическую элиту на принципах многопартийности, гласности, развитого института представительства, однако, пока этот процесс отличается крайней противоречивостью и неопределенностью.

Библиографический список

1. Муштук, О. З. Политология [Текст] : учебник / О. З. Муштук. – 3-е изд. – М. : Университет «Синергия», 2018. – 480 с.
2. Крыштановская, О. В. Анатомия российской элиты [Текст] / О. В. Крыштановская. – Захаров, 2005 – 384 с.
3. Политология [Текст] : учебник для студентов вузов / В. Ю. Вельский, А. И. Сацута, Н. Н. Гусев [и др.] ; под ред. В. Ю. Бельский, А. И. Сацуты. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 423 с.
4. Садченко, В. Н. Политические элиты и лидерство [Текст] : практикум / В. Н. Садченко. — Ставрополь : Сев.-Кавказ. фед. ун-т, 2017. — 406 с.

Проблема формирования политической культуры в современном российском обществе

Медведюк О. Н.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. полит. наук,
доцент Е. В. Пыхтеева

Становление и развитие российской политической культуры сегодня представляет интерес для научного политико-правового сообщества, а также для политических и управленческих кругов. Связана данная тенденция с наличием проблем в уровне политического участия граждан в жизни страны. Сложности в управлении государством представлены низким уровнем политической активности населения России, слабой вовлеченностью граждан в решение политических вопросов, политическим и правовым нигилизмом, некомпетентностью в решении политических вопросов и другими проблемами, требующими скорейшего решения [1].

Политическая культура традиционно представляет собой определенный качественный уровень развития политической жизни общества, сложившийся исторически, который включает степень развитости субъектов политики, политической деятельности, результативности этой деятельности, выраженной в соответствующих общественно-политических институтах и отношениях [2].

В современной России сложно говорить о наличии развитой политической культуры граждан, т. к. люди не участвуют в политической жизни общества, не проявляют какой-либо инициативы. У граждан сейчас сформированы подданническое отношение к любому центру реальной власти, слабо развитая индивидуальность, низкий статус притязаний на политическое участие, консерватизм мышления, приверженность стереотипам и нетерпимость к любым новым, нетрадиционным, малопонятным взглядам, идеям, процедурам, присутствует правовой нигилизм и политическое легкоеверие, неразвитость политических принципов. Также можно отметить слабое развитие гражданской позиции, гражданского долга и гражданской совести, низкую компетентность в политических вопросах. Однако политическая культура является основой всего политического процесса, а следовательно, необходимо формировать ее в российском обществе и исправлять то, что уже сейчас сформировано у людей.

Обладание набором прав и свобод не делает человека активным гражданином, способным стать полноправным субъектом политики. Субъектом политической культуры человек становится в результате политического генезиса, включающего его нравственное, социальное, профессиональное развитие как личности. Руководящую роль в данном процессе всегда играет государство, определяя наполнение данного процесса, его динамику и ориентацию на результат [3, с. 42]. С целью формирования политической культуры не только у молодежи, но и у взрослого населения необходимо разработать государственную программу формирования политической культуры. Во-первых, предлагается создавать мероприятия, нацеленные на развитие политической культуры россиян, т. к. формировать культуру можно только на основе глубоких знаний в области политики. Нужно уже с сознательного возраста прививать людям интерес к политике и политической жизни общества. Можно открывать дополнительные кружки по изучению политики в школах, институтах, а для взрослых организовывать углубленное изучение политической системы.

Во-вторых, необходимо постепенно строить гражданское общество, привлекать больше людей для решения общественных вопросов, реализации общенародных интересов. Также результативно пропагандировать ценности гражданского общества, обеспечивающие правовые условия для участия граждан в принятии политических решений.

В-третьих, необходимо создавать дееспособную партийную систему, которая нужна для значительного снижения политической апатии населения [4, с. 212]. Тем самым возможно формировать у людей идею их значимости для политической системы, чтобы они хотели проявлять свою позицию при решении политических проблем.

В-четвертых, через средства массовой информации можно доносить до населения политические ситуации, имеющие место в стране, обеспечивать российского человека всей полнотой знаний обо всем, что происходит в политической жизни общества.

В-пятых, нужно готовить специалистов, которые будут помогать населению в получении дополнительных знаний о политической жизни, смогут просвещать и воспитывать россиян, позволяющих им активно участвовать в социально-политических процессах.

Таким образом, проблема формирования политической культуры в современном российском обществе есть и их необходимо решать. Политическая культура современного российского общества находится на этапе своего становления, но уже сейчас нужно применять меры по переходу политической культуры на более развитый уровень.

Библиографический список

1. Рыжкова, А. Г. Политическая культура: сущность и структура [Текст] / А. Г. Рыжкова // Молодой ученый. — Казань, 2017. — № 41 (175). — С. 144–146.
2. Филиппенко, Н. А. Политическая культура [Текст] : учеб.-метод. пособие / Н. А. Филиппенко. — Донецк : ДонНУЭТ, 2006. — 165 с.
3. Политическая культура [Текст] : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский [и др.] ; под общ. ред. Г. Л. Тульчинского. — М. : Издательство Юрайт, 2020. — 324 с.
4. Ирхин, Ю. В. Политическая культура [Текст] : учеб. пособие для вузов : в 2 ч. / Ю. В. Ирхин. — Ч. 1 : Запад и Россия. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Юрайт, 2020. — 316 с.

Управление стратегическим развитием российско-китайских отношений

Однодворцев Д. В.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. полит. наук,
доцент Е. В. Пыхтеева

Геополитическое сходство Китая и России на современном этапе определяет интерес исследователей в области политики и управления, выводы и рекомендации которых представляют важность в сфере заимствования позитивного управленческого опыта и политической модели развития для России.

Китай в последнее время все отчетливее ведет свою политику по созданию огромной буферной экономической и политической зоны. Имея такую зону, можно создать прочный политический базис, где можно будет проводить большую экономическую экспансию, которая приведет Китай к мировому лидерству в экономике. В данное время Китай является первой мировой индустриальной сверхдержавой по объему промышленного производства, а также ядерной и косметической державой. Безусловно, он уже вошел в круг мировых держав определяющих основополагающие развития геополитических полей и сил. Чем больше Китай внедряется в экономику и политику, тем больший интерес он вызывает у политиков США.

Если опираться на прогнозы Мирового банка, можно сказать, что импорт Китая составит около 650 млрд долл., тогда как импорт Японии составляет 530 млрд долл., ВВП достигнет 10 трлн долл.; для сравнения: в США всего 9,7 трлн долл. [1, с. 48]. Так КНР становится большим экономическим полюсом. Новые экономические тенденции позволяют говорить о формировании нового экономического лидера, конкурирующего с США на мировом рынке. Напомним, что США в данный момент является страной-лидером в политическом и экономическом плане. В 2020 г. США и Китай подписали компромиссные соглашения для снижения дисбаланса в товарных потоках. Китай пообещал снизить курс юаня, произошла частичная отмена пошлин. Начался процесс разрядки между этими странами, однако существенный дисбаланс в отношении стран внесла пандемия COVID-19, начавшаяся с Китая. Эпидемия привела к

резкому падению производственного и личного платежеспособного спроса, нанесла огромный урон экономике как самого Китая, так и всего мира, включая США. Прогнозы аналитиков в Китае позволяют сделать вывод о возможном увеличении выпуска целевых облигаций. Если квота в 2019 г. на выпуск ценных бумаг составляла 2 трлн юаней, то в 2020 г. она может увеличиться до 3 трлн юаней [2, с. 67]. Прежде всего эти средства пойдут на финансирование строительства и развитие инфраструктуры. Все это укладывается в схему развития китайской экономики, когда падение внешней торговли обычно компенсировалось ростом инвестиций в инфраструктуру и наоборот. Поскольку Китай не испытывает оптимизма по поводу развития внешнеторгового оборота на фоне продолжающегося торгового конфликта с США – повышение инвестиций в инфраструктуру будет вполне естественным для поддержания экономического развития.

На сегодняшний день Китай планирует создать зону свободной торговли между Южной Кореей и Японией. Такая зона может стать противовесом США и Евросоюзу. По аналитическим прогнозам, товарооборот может составить 5,5 млрд долл. Также ведется политика создания трехстороннего союза между Россией, Китаем и Южной Кореей.

Внешняя политика КНР направлена на соблюдение принципов мирного сосуществования со всеми государствами мира. Руководство умело налаживает международные отношения с другими странами. При этом Китай старается избегать присоединения к какой-либо стороне, геополитических конфликтов и действует в рамках защиты своих интересов. Влияние США заставляет руководство страны предпринимать различные меры, чтобы избежать конфликта, который может повлечь за собой серьезные последствия на международной арене.

Китай постепенно начал отказываться от модели однополярного мира – он стал выступать за политику многополярности. Однако КНР умело проводит свою политику, которая, направлена на отстаивание своих внутренних и экономических интересов. Китай агрессивно не претендует на мировое господство, но будет постепенно осуществлять свою экономическую политику в мире. Большой интерес представляет для экономики Китая сотрудничество с РФ. На сегодняшний день отношения между Россией и Китаем базируются на взаимовыгодном партнерстве и стратегическом взаимодействии как в экономике, так и в политике. Оба государства находятся на

стадии индустриального развития, а следовательно, нуждаются в мирном и бесконфликтном пространстве. Для России Китай перспективен своими плодородными землями, а также это ценный поставщик пресной воды и древесины. Сейчас Россия и Китай тесно взаимодействуют в борьбе со вспышкой COVID-19 [3, с. 55]. Близки подходы обеих стран к современным вопросам мировых и международных проблем. Российско-китайские отношения уверенно закрепляются ключевыми факторами поддержания международной безопасности и стабильности и становлением многополярного мироустройства.

Таким образом, китайская внешняя политика способна привести в перспективе к появлению нового мирового лидера как экономическом, так и в политическом плане.

Библиографический список

1. Муратшина, К. Г. Международные отношения. Российско-китайские отношения в конце XX — начале XXI веков [Текст] : учеб. пособие для вузов / К. Г. Муратшина ; под науч. ред. В. И. Михайленко. — 2-е изд. — М. : Юрайт, 2020. — 125 с.
2. Алепко, А. В. Социально-экономическая география Китая [Текст] : учеб. пособие для вузов / А. В. Алепко. — М. : Юрайт, 2020. — 506 с.
3. Исаев, Б. А. Революциология: общая теория революций [Текст] : учебник для вузов / Б. А. Исаев. — М. : Юрайт, 2020. — 384 с.

Особенности кадровой политики в органах власти

Эзефельд М. О.,

Омская гуманитарная академия,
научный руководитель — канд. экон. наук,
доцент С. М. Ильченко

Субъект Российской Федерации является центральным звеном в эффективной системе государственного управления Российской Федерации, а также является одной из наиболее актуальных сфер, требующих контроля за деятельностью органов власти [1]. Создание высокопрофессионального и компетентного персонала в органах власти соответствующими человеческими ресурсами, а также опти-

мизация управления – фундаментальные условия для успешного развития и роста Российской Федерации.

В узком смысле разработка кадровой политики в органах власти и использование профессиональных качеств как потенциальная причина повышения квалификации национальных кадров являются выражением политики страны [2].

Если мы посмотрим на политику в отношении сотрудников с точки зрения государственного управления, то увидим, что политика в отношении государственных служащих – это национальный курс, в рамках которого осуществляются повышение квалификации и иные действия для более эффективного выполнения основных функций государственных организаций, реализующих политику в отношении сотрудников.

В основе государственной кадровой политики лежит основной потенциал любого государства – здоровые, образованные и работоспособные граждане. В настоящее время, исходя из трактовки термина «государственная кадровая политика», необходимо выделить ключевую составляющую новой кадровой политики.

Кадровая политика органов власти направлена на выражение воли населения через государственную политику, направленную на развитие, создание и использование всех видов трудовых ресурсов. Политика государственных служащих является официально признанной системой принципов, идей, приоритетов и целей, которые определены стандартными законами, направленными на регулирование процесса государственного управления.

В настоящее время государство является доминирующим субъектом кадровой политики в органах власти, но не монополистом в этом отношении. С точки зрения организации и управления субъекты кадровой политики включают органы государственного управления, государственные органы, общественные организации, партийные организации и хозяйствующие субъекты; с точки зрения социологии эти субъекты включают население, этнические группы и общественные организации.

Любой субъект кадровой политики в органах власти выполняет определенные функции и имеет определенные полномочия. Население страны является высшим субъектом кадровой политики страны, поскольку, согласно Конституции Российской Федерации, население является единственным источником власти [3].

Конечно, эта власть носит определенный декларативный характер, в основном из-за того, что население не всегда может выработать собственную долгосрочную кадровую стратегию. Однако именно население формирует демократически избранный орган государственного управления и формулирует национальную кадровую политику. Когда проводятся выборы, люди делегируют часть полномочий по осуществлению власти этим учреждениям и должностным лицам.

Текущая кадровая политика в органах власти имеет ряд особенностей и должна соответствовать следующим требованиям.

1. Организация. Кадровая политика в органах власти тесно связано со стратегией развития страны. Укомплектование персоналом является наиболее важным видом деятельности любой страны или экономического субъекта, поэтому его правильная организация и реализация обеспечивают основу для реализации стратегии развития страны или организации.

2. Гибкость. Кадровая политика должна иметь определенную степень устойчивости, чтобы обеспечить плавный ход ее реализации, но в то же время национальная кадровая политика должна быстро реагировать на изменения внешней среды, т. е. корректироваться под влиянием различных факторов.

3. Экономическая целесообразность. Реализация кадровой политики должна быть ориентирована на достижение максимальных результатов при минимизации затрат, т. е. должна учитывать практические и финансовые возможности.

4. Индивидуальный подход. Кадровая политика органов власти должна учитывать все факторы и условия, влияющие на развитие персонала и рынков труда.

5. Кадровая политика органов власти должна формировать систему работы с персоналом с упором не только на экономику, но и на социальное воздействие в соответствии с действующим трудовым и другим законодательством.

Принимая во внимание вышесказанное, можно утверждать, что целью кадровой политики должностных лиц Российской Федерации является привлечение качественных сотрудников и создание эффективных условий для их использования, а сотрудники, используя и развивая свои профессиональные навыки, в свою очередь, будут приносить пользу. Они обеспечивают успешное выполнение

своих служебных обязанностей и эффективную работу государственных органов [4].

В органах власти РФ реализуются практические проекты управления кадровой политикой, например семинар сотрудников по внедрению современных методов обмена и управления персоналом.

Проект направлен на обмен опытом между федеральными государственными органами, государственными организациями, входящими в состав компаний Российской Федерации, организациями местного самоуправления, а также внедрение и применение лучших методов управления персоналом в государственных финансовых органах.

Невозможность внедрения современных HR-технологий связана с недостаточным количеством действующих кадров, обучающих муниципальных служащих и центров повышения квалификации в учебных заведениях России.

Для совершенствования кадровой политики в сфере муниципального управления в России необходимо создать методы, которые помогут улучшить качество обучения и кадрового пространства, а также эффективно проводить повышение квалификации муниципальных служащих, которые уже работали. Кроме того, необходимо создать единый центр аттестации муниципальных кадров на региональном уровне и разработать детальные научные и богословские положения, основанные на мнениях людей в научном сообществе и муниципальных службах.

В целом необходимо учитывать облик Российской Федерации, многообразие культур и людей, проживающих в ней, а для этого нужен штат местного самоуправления с широкими полномочиями на местном уровне. Ведь понятно, что правила на уровне региона или на всей территории Российской Федерации не могут учитывать все местные особенности, что, в свою очередь, приводит к нарушению прав граждан.

Стоит отметить, что в целом ситуация с кадровой политикой органов власти в России не является кризисной, но все же требует улучшения.

Таким образом, кадровая политика в органах власти Российской Федерации в настоящее время развивается достаточно эффективно, а в системе государственной административной кадровой политики вводятся новые формы обмена передовым опытом.

Библиографический список

1. Хохлов, А. А. Государственная кадровая политика и механизмы ее реализации [Текст] / А. А. Хохлов. – Орел, 2015. – 298 с.
2. Сердюк, Н. В. Формирование кадровой политики и управление персоналом государственной службы [Текст] / Н. В. Сердюк. – М. : Академия управления МВД России, 2019. – 76 с.
3. Турчинов, А. И. Субъекты управления государственной службой России: проблемы формирования [Текст] / А. И. Турчинов // Государственная служба. – М. : Изд-во РАНХИГС, 2016. – № 1. – С. 12–19.
4. Кузнецов, А. М. Аттестация – кадровая технология роста [Текст] / А. М. Кузнецов // Государственная служба. – М. : Изд-во РАНХИГС, 2015. – № 5. – С. 27.
5. Ахметчина, Е. С. Проблемы кадрового обеспечения органов местного самоуправления в Российской Федерации [Текст] / Е. С. Ахметчина // Молодой ученый. – Казань, 2018. – № 39. – С. 107–110.

Актуальные проблемы педагогики, психологии и социальной работы

Активизация познавательной деятельности студентов посредством лекции- визуализации

Андреева В. В.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – д-р пед. наук,
доцент С. В. Шмачилина-Цибенко

Современный этап развития общества характеризуется существенными преобразованиями во всех сферах государственной и общественной деятельности. Эти преобразования кардинально влияют на требования, предъявляемые к системе образования. В современном мире всеобщей цифровизации каждое новое поколение студентов все больше воспринимает информацию визуально. В этих условиях визуализация становится необходимым инструментом для активизации познавательной деятельности. Образование предназначено для обеспечения условий успешной социализации обучающихся, реализации их способностей, возможностей и интересов.

В связи с этим на социально-педагогическом уровне актуальность обусловлена социальным заказом, условиями быстроразвивающейся информационной сферы, потребностями вузов в студентах с высоким уровнем познавательной активности, что достигается активизацией познавательной деятельности во время обучения. Возможности реализации и применения в процессе обучения различных средств и способов активизации познавательной деятельности существенно расширяются при использовании информационно-коммуникационных технологий, а именно средств визуализации информации.

В образовательной практике использование электронных средств всегда подразумевает активное включение зрительного канала восприятия. «Современные студенты предпочитают не читать и слушать, а наблюдать и действовать» [1].

Таким образом, правильно написанная и изложенная лекция как форма обучения занимает основное место в современной образовательной системе. Лекционная форма изложения материала становится более эффективной с развитием научно-технического прогресса. Более точно воспринять материал (посредством графиков, чертежей, видеороликов) студентам позволяет лекция-визуализация. Использование средств визуализации во время лекции позволяет развить интерес к определенной теме у обучающихся.

Термин «визуализация» происходит от латинского *visualis* – воспринимаемый зрительно, наглядный. Под визуализацией подразумевается «процесс представления данных в виде изображения с целью максимального удобства их понимания; придание зримой формы любому мыслимому объекту, субъекту, процессу и т. д.» [2]. Наиболее полное определение визуализации как метода дает А. А. Вербицкий. Он рассматривает процесс визуализации как «свертывание мыслительных содержаний в наглядный образ; будучи воспринятым, образ может быть развернут и служить опорой адекватных мыслительных и практических действий» [3].

По данным психолого-педагогических исследований, иллюстративность помогает более успешному восприятию и запоминанию лекционного материала: позволяет глубже воспринимать сущность изучаемых явлений, активизировать мышление, показывает его связь с творческими процессами принятия решений.

Лекция-визуализация помогает студентам преобразовывать лекционный материал в визуальную форму, что способствует формированию у них профессионального мышления за счет выделения и систематизации наиболее существенных и значимых элементов.

«Компьютерная визуализация учебной информации об изучаемом объекте, процессе – это наглядное представление на экране: объекта, его составных частей или их моделей; процесса или его модели, в том числе скрытого в реальном мире; графической интерпретации исследуемой закономерности изучаемого процесса» [4].

Обоснование эффективности комплекса словесной и наглядной информации кроется на нейрофизиологическом уровне. Во время восприятия информации происходит ее кодирование на разных уровнях: образном и логическом, предметно-вещественном, вербальном и визуальном [2] – и различными способами. Активация нервных клеток в разных зонах головного мозга обеспечивает кодирование информации. Этот процесс происходит в зависимости от того, по какому каналу восприятия и в какой форме поступает стимул. Чем больше каналов задействовано, тем активнее идет ее перекодирование из словесной формы в образную или наоборот.

Из этого следует, что визуализация лекционного материала увеличивает процент успешного усвоения материала студентами.

Правильная группировка преподавателем материала в таблицы, графики, схемы позволяет работать фотографической памяти. В свою очередь, иллюстрации позволяют делать акцент на самых значимых моментах курса.

При этом следует отметить тот факт, что наглядная информация в любом виде содержит элементы проблемности, разрешение последней происходит на основе анализа, синтеза, обобщения, свертывания или развертывания информации, т. е. с включением активной мыслительной деятельности. Отсюда вытекают определенные требования к применяемым на лекции-визуализации формам наглядности:

- зрительный ряд должен не только дополнять словесную информацию, но и сам являться носителем информации;
- использование различных видов визуализации: натуральные, изобразительные, символические (комплекс технических средств обучения, рисунок, графика, чертежи, сочетание словесной и наглядной информации);
- четкая логика, ритм и дозировалось подачи материала;
- учет психофизиологических и возрастных особенностей, уровня знаний студентов.

Высокие требования к визуальным материалам предполагают соответственно объемную и профессиональную предварительную подготовку преподавателя к лекции. Разработка лекции-визуализации требует тщательной реконструкции лекционного материала в визуальную форму (схемы, графики, таблицы, рисунки, чертежи) посредством технических средств обучения. Преподава-

тель может задействовать в данной работе студентов, которые, в свою очередь, получают соответствующие навыки и умения, смогут развить личностное отношение к обучению и активность.

Основные этапы лекции-визуализации.

1. Создание положительной психологической установки на новую форму освоения материала. Постановка задачи, предполагающей несколько вариантов решения, мотивирующий вопрос. Одно из возможных решений этой задачи или возможный ответ демонстрируется в форме материалов визуализации.

2. Последовательное изложение материала лекции в виде сформулированных вопросов темы. При этом вопросы следует излагать последовательно, друг за другом, формулировка вопросов транслируется на слайдах презентации, а в процессе развертывания информации применяются другие формы наглядности, отражающие основное содержание лекционного материала. Возможно обращение к аудитории с предложением разрешить проблемную ситуацию, представленную в видеоматериалах лекции и направленную на развитие у слушателей способности к преобразованию устной и письменной информации в визуальную форму и ее обратному раскодированию.

3. Подведение основных итогов лекции. Воспроизведение основных вопросов лекции, подведение итогов в виде фронтальной беседы, дискуссии.

Основная трудность лекции-визуализации состоит в выборе и подготовке системы средств наглядности между компьютерными моделирующими программами, электронными учебниками, интерактивной доской, мультимедийным проектором и др.

В заключение необходимо отметить: визуальные средства могут являться ценным элементом процесса обучения и активизации познавательной деятельности студентов, но только тогда, когда они используются в тесной связи с другими компонентами. Визуализация не должна полностью поглощать весь образовательный процесс.

Успех в процессе обучения можно увеличить, применяя средства, которые:

– служат не только лучшему непосредственному познанию (при помощи органов чувств), но также и лучшему познанию опосредованному (мышление);

– требуют от студентов самостоятельного мышления и деятельности, в особенности постоянного использования уже имеющихся знаний для приобретения новых;

– дают обучающимся всестороннее представление о познаваемых предметах, явлениях, процессах и событиях, что требует оперирования различными средствами, позволяющими осветить познаваемые факты с разных точек зрения.

Лекция-визуализация является мотивирующим механизмом, направленным на интенсификацию познавательного интереса и познавательной активности студентов. Такая лекция дает своеобразную опору для мышления, развивает умение работать с информацией, служит основанием для дальнейшей самообразовательной деятельности обучаемых; все это является способом повышения не только интеллектуального, но и профессионального потенциала обучаемых, средством достижения цели образования – формирования профессиональной компетентности будущих специалистов.

Библиографический список

1. Найденова, Л. И. Опыт разработки цифровых образовательных ресурсов на основе новых государственных образовательных стандартов [Текст] / Л. И. Найденова и др. // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. – Серия : Педагогика. – 2011. – Т. 12. № 2. – С. 52–58.
2. Абдулгалимов, Г. Н. «Перекрестная схема» подготовки ИТ-преподавателей [Текст] / Г. Н. Абдулгалимов // Высшее образование в России. – М.: Изд-во Мос. политех. ун-та, 2010. – №5. – С. 136–139.
3. Вербицкий, А. А. Активное обучение в высшей школе: контекстный подход. – М., 1991. – 207 с.
4. Толковый словарь терминов понятийного аппарата информатизации образования. – М.: ИИО РАО, 2006. – 88 с.
5. Машбиц, Е. И. Психолого-педагогические проблемы компьютеризации обучения [Текст] / Е. И. Машбиц. – М.: Педагогика, 2005. – 192 с.
6. Григорьев, С. Г. Методико-технологические основы создания электронных средств обучения [Текст] / С. Г. Григорьев, В. В. Гриншкун, С. И. Макаров. – Самара : СГЭА, 2007. – 110 с.
7. Роберт, И. В. Современные информационные технологии в образовании: дидактические проблемы; перспективы использования [Текст] / И. В. Роберт. – М.: Школа-Пресс, 2013. – 205 с.
8. Рюмина, Ю. Н. Интерактивная лекция как форма обучения в системе профессиональной подготовки бакалавров [Электронный ресурс] // Вестн. Шадринского гос. пед. ун-та. – Шадринск, 2014. – № 1 (21). – URL: <http://shgpi.edu.ru/files/nauka/vestnik/2014/20.pdf>. (дата обращения: 7.12.2020)

9. Леонова, М. О. Лекционный метод преподавания. Интерактивные лекции [Электронный ресурс] // Вестник Казахстанско-Американского свободного ун-та : онлайн-версия. – 2008. – № 2. – С. 153–163. URL: <http://www.vestnik-kafu.info/journal/14/538/>. (дата обращения : 8.12.2020)

Профессиональное самоопределение молодежи как одна из актуальных проблем психолого-педагогических исследований

Аубакиров Б. С.,

Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. пед. наук,
доцент И. Г. Шпакина

В последнее время наблюдается повышенный интерес исследователей к управленческим аспектам решения проблемы профессионального самоопределения личности. Этот интерес обусловлен тем, что в организации процесса профессионального самоопределения принимает участие большое количество специалистов. В этой связи возникает необходимость в координации и регулировании их усилий по созданию условий для профессионального самоопределения.

В работах К. А. Абульхановой-Славской профессиональное самоопределение рассматривается в неразрывной связи с выбором жизненного пути, жизненным самоопределением. По ее мнению, из связи личности с профессией вытекает перспектива и ретроспектива личности, а от характера этой связи зависит выбор профессии [1].

Подробно анализируя профессиональное самоопределение, Е. А. Климов понимает его «... как важное проявление психического развития, формирования себя как полноценного участника сообщества «деталей» чего-то полезного, сообщества профессионалов» [2, с. 54].

Весьма ценной для предмета рассмотрения – профессионального самоопределения – является мысль Е. А. Климова о том, что выбор профессии, кажущийся подчас легким и кратковременным, на самом деле осуществляется по формуле «мгновение плюс вся предшествующая жизнь». У личности в предшествующие годы развития складываются определенное отношение к различным областям труда, представление о многих профессиях, оценка своих возможно-

стей, ориентировка в социально-экономической ситуации, представление о «запасных вариантах» выбора профессии и многое другое, что характеризует состояние внутренней готовности к очередному профессиональному самоопределению [2].

В разработанной под руководством профессора С. Н. Чистяковой концепции профессионального самоопределения профессиональное самоопределение рассматривается как «Я-концепция» личности, в которой отражается ее понимание переживаний и намерений, отношение к предметным действиям в профессиональной деятельности в конкретных условиях» [5].

Результатом педагогического сопровождения профессионального самоопределения школьников является овладение ключевыми компетенциями, под которыми понимаются универсальные умения действовать вне рамок формального образования в меняющихся социальных, экономических и культурных условиях [1].

Исследуя профессиональное самоопределение личности, Н. С. Пряжников обосновал следующую его содержательно-процессуальную модель:

- 1) осознание ценности общественно-полезного труда и необходимости профессиональной подготовки (ценностно-нравственная основа самоопределения);
- 2) ориентировка в социально-экономической ситуации и прогнозирование престижности выбираемого труда;
- 3) общая ориентировка в мире профессионального труда и выделение профессиональной цели – мечты;
- 4) определение ближних профессиональных целей как этапов и путей к дальней цели;
- 5) информирование о профессиях и специальностях, соответствующих профессиональных учебных заведениях и местах трудоустройства;
- 6) представление о препятствиях, осложняющих достижение профессиональных целей, а также знание своих достоинств, способствующих намеченным планам и перспективам;
- 7) наличие системы резервных вариантов выбора на случай неудачи по основному варианту самоопределения;
- 8) начало практической реализации личной профессиональной перспективы и постоянная корректировка намеченных планов по принципу обратной связи [3].

Данная модель показывает, насколько профессиональное самоопределение является сложным и неодноплановым процессом.

Факторы, влияющие на профессиональный выбор, разделяют на внутренние и внешние. К внешним социальным факторам можно отнести советы-пожелания окружающих, социальные стереотипы, устоявшиеся представления в обществе, часто имеющие негативное влияние. Также сюда относится престижность, популярность той или иной профессии [6].

К внутренним факторам выбора можно отнести тоже ряд причин. В сознании человека, выбирающего профессию, как правило, имеется «образ профессии или профессионала»: «образ профессионала» – это совокупность представлений и ожиданий, связанных не только с будущей профессией, но и с будущим образом жизни. К внутренним, личностным факторам выбора профессии можно отнести также уровень притязаний, самооценку.

Е. А. Климов, изучая процесс профессионального самоопределения и исследуя факторы, влияющие на этот процесс, выделил восемь факторов выбора профессии:

- 1) позиция старших членов семьи;
- 2) позиция товарищей-сверстников;
- 3) позиция школьных педагогов;
- 4) личные профессиональные планы;
- 5) способности;
- 6) уровень притязаний на общественное призвание;
- 7) информированность;
- 8) склонности [2].

На основании анализа психолого–педагогической литературы можно выделить факторы, влияющие на профессиональное самоопределение школьников:

1) становление предпосылок индивидуальности как результат развития и осознания своих способностей и интересов, критического отношения;

2) осознание ценности общественного труда, общая ориентировка в социально-экономической ситуации в стране;

3) осознание необходимости общей и профессиональной подготовки для полноценного самоопределения и самореализации;

4) согласование мечты с другими важными жизненными целями (семейными, личностными);

5) развитость потребностей, обеспечивающих содержательную наполненность личности (потребность занять внутреннюю позицию взрослого человека – члена общества, потребность в общении, потребность в труде, нравственные установки, ценностные ориентации, временные перспективы);

6) престижность, популярность той или иной профессии;

7) уровень притязаний на общественное призвание, самооценка;

8) информированность;

9) советы-пожелания окружающих, социальные стереотипы, устоявшиеся представления в обществе [4].

Также влияние оказывают информационные потоки в обществе, учреждения, люди, ответственные за непосредственную работу по руководству профессиональным самоопределением молодежи, люди, ответственные за создание производственной среды высокой культуры, привлекательной для молодежи, органы научного, методического, кадрового обеспечения практической работы по руководству профессиональным самоопределением молодежи, целеполагающие, властные органы на всех уровнях управления обществом, производством, системами образования и воспитания.

Библиографический список

1. Абульханова-Славская, К. А. Стратегии жизни [Текст] / К. А. Абульханова-Славская. – М. : Мысль, 2015. – 299 с.
2. Климов, Е. А. Психология профессионального самоопределения [Текст] / Е. А. Климов – М. : Изд. центр «Академия», 2016. – 304 с.
3. Пряжников, Н. С. Профессиональное и личностное самоопределение [Текст] / Н. С. Пряжников. Воронеж, 2015. – 109 с.
4. Пряжников, Н. С. Профориентация в школе: игры, упражнения, опросники (8–11 классы) [Текст] / Н. С. Пряжников. – М. : Вако, 2015. – 288 с.
5. Чистякова, С. Н. Новые подходы к формированию профессионального самоопределения школьников в условиях непрерывного образования/ С. Н. Чистякова// Школа и производство.- 2015. – № 1. – С. 9–10.
6. Чистякова, С. Н. Профессиональная ориентация школьников. Организация и управление [Текст]/ С. Н. Чистякова. – М. : Педагогика, 2015. – 160 с.

Система духовно-нравственного воспитания и развития обучающихся в образовательной организации

Даулбаева С. Б.,
Омская гуманитарная академия
научный руководитель – д-р пед. наук,
доцент С. В. Шмачилина-Цибенко

Проблема духовно-нравственного воспитания сегодня стоит в нашем обществе как никогда остро. Причин тому достаточно много: смена идеологических ориентаций, появление духовного вакуума (проникновение западной коммерческой культуры, культа насилия, эгоизма, обмана, т. д.). Бездуховность, низкая нравственность, а также грубость, преступность, наркомания, алкоголизм, низкий уровень общественной морали, утрата семейных ценностей, упадок патриотического воспитания – все они разрушают человека, общество и государство [1, с. 25]. Кризис духовности обнажает глубинные вопросы человеческого существования, смысла жизни живущих и будущих поколений.

Под духовно-нравственным воспитанием мы будем понимать педагогически организованный процесс усвоения и принятия обучающимся базовых национальных ценностей, освоения системы общечеловеческих, культурных, духовных и нравственных ценностей многонационального народа Российской Федерации [2, с. 10]. Оно неотделимо от духовно-нравственного развития, осуществляемого в процессе социализации, последовательного расширения и укрепления ценностно-смысловой сферы личности, формирования способности человека оценивать и сознательно выстраивать на основе традиционных моральных норм и нравственных идеалов отношение к себе, другим людям, обществу, государству, Отечеству, миру в целом (И. П. Саватеева) [3, с. 20].

Основным содержанием духовно-нравственного воспитания и развития детей являются базовые национальные ценности: сам человек, патриотизм, семья, труд, вера, духовность, толерантность. Эти ценности мы храним в культурных и семейных традициях, передаем от поколения к поколению. Опора на эти ценности помогает человеку противостоять разрушительным влияниям [4, с. 200].

Система духовно-нравственного воспитания и развития обучающихся направлена на социально-педагогическую поддержку становления и развития высоконравственного, творческого, компетентного гражданина России, принимающего судьбу Отечества как свою личную, осознающего ответственность за настоящее и будущее своей страны, впитавшего духовные и культурные традиции многонационального народа Российской Федерации [5, с. 210].

Традиционно в педагогике выделяли следующие направления:

- воспитание нравственного чувства, этического сознания и готовности совершать добрые поступки;
- гражданско-патриотическое воспитание;
- воспитание трудолюбия, творческого отношения к жизни;
- воспитание здорового образа жизни;
- экологическое воспитание;
- эстетическое воспитание [6, с. 15].

В последние годы специалисты в области духовно-нравственного воспитания отмечают его неоднозначность, разноречивость, предопределенные действующим законодательством, существующими системами ценностей и сложившейся практикой. Так, например, Т. П. Грибоедова [7, с. 65] выделяет четыре направления педагогической деятельности по духовно-нравственному воспитанию школьников.

1. Социоцентрическое, ориентированное на условия социума и, таким образом, зависящее от господствующей идеологии. В рамках данного направления деятельность педагога сводится к передаче норм общественной морали; в системе ценностей приоритетное место занимает общество, его интересы (Э. П. Козлов, И. С. Марьенко и др.).

2. Гуманистическое, для которого высшей ценностью является человек, его свобода, самореализация, самосознание, самовыражение. В качестве норм, используемых в процессе самоопределения личности, выступают право и общечеловеческие ценности (Ш. А. Амонашвили, В. А. Караковский, Б. Т. Лихачев; А. И. Шемшурина, Н. Е. Щуркова и др.).

3. Этнопедагогическое, в рамках которого человек рассматривается как часть природы, акцент делается на признании врожденного характера всех его качеств, смысл жизни понимается как достижение гармонии с природой (Г. Н. Волков, М. Ю. Новицкая, А. И. Лазарев и др.).

4. Теоцентрическое направление (в частности, православное), с позиций которого духовное развитие личности невозможно без Бога (А. Владимиров, А. А. Корзинкин, Т. И. Петракова, Л. В. Сурова и др.).

В настоящее время появилось еще одно направление, которое можно обозначить термином «историко-культурологическое». Его главной задачей является воспитание ценностного отношения подрастающего поколения к отечественному духовному наследию. Для его представителей (И. А. Кузьмин, А. В. Камкин и др.) характерно стремление «раскрыть феноменологию отечественной культуры, ее духовный заряд, тексты и смыслы; уроки бытовавшего веками жизненного уклада и духовно-нравственных ценностей русского народа».

Таким образом, даже краткая характеристика вышеназванных направлений подчеркивает сложность стоящего перед педагогами и их воспитанниками выбора и формирования духовно-нравственной компетенции, которая направлена на воспитание нравственного чувства, этического сознания и готовности совершать добрые поступки. Ее формирование основывается на ценностях нравственного выбора, смысла жизни, справедливости, милосердия, чести и достоинства, свободы совести и вероисповедания, толерантности, представление о вере, духовной культуре и светской этике.

В основе нравственности лежит понимание всеобщей связи, осознание себя со всеми и каждым из людей «единою субстанцией». Общество связано не только общими ресурсами, оно имеет и глобальную духовную связь, поэтому нравственность не может отражать интересы какой-либо категории людей, в основе нравственности лежит всеобщее. Непреходящей, объективной действительной необходимостью и высшей всеобщей ценностью во все времена была и остается человеческая жизнь. Нравственность, вне зависимости от времени и эпохи, ориентируется на ценность и мерило всего, что в этом мире значимо, – на человеческую жизнь. Таким образом, нравственность – это регулятивная форма общественного сознания, которая ориентирована на общечеловеческие ценности [8, с. 242].

Поэтому духовно-нравственное воспитание нельзя сводить к эпизодическим мероприятиям. Оно должно быть систематическим, непрерывным и вестись в единстве урочной, внеурочной и досуго-

вой деятельности [9, с. 153]. Выделим следующие эффективные формы работы с обучающимися в рамках реализации духовно-нравственного воспитания и развития: нравственное целеполагание на уроках, факультативные и индивидуально-групповые занятия, беседы, игры нравственного и духовного содержания. Также необходимы организация и проведение творческой художественной деятельности детей, связанной с рукоделием, рисованием, созданием предметов декоративно-прикладного творчества, проведение праздников и мероприятий, использование мультимедийных технологий (заочные экскурсии, виртуальный музей, создание презентаций). Важную роль играют также проектно-исследовательская деятельность обучающихся, экскурсии, организация выставок детских работ, тематические и творческие вечера, участие в смотрах-конкурсах, фестивалях, концертах, вечера вопросов и ответов, конкурсы. При этом необходимы системный мониторинг уровня воспитанности обучающихся, анкетирование, информационные стенды т. д. [10, с. 85].

Таким образом, духовно-нравственное воспитание и развитие обучающихся – это сложный и противоречивый социально-исторический процесс. Сегоднешние реалии ставят нам очень важные и значимые задачи, одна из которых – остановить нравственную деградацию, восстановить историческую память, нравственные ориентиры, ценности культуры, веру [11, с. 27].

Начало нового тысячелетия в России связано с возвращением духовно-нравственных ориентиров в политику государства, с осознанием того, что возрождение страны, решение экономических и социальных проблем неразрывно связано с воспитанием человека высокой культуры. Духовно-нравственное воспитание и развитие, восходящее к отечественному культурному наследию, обеспечивает условия для становления человека, готового в любых областях деятельности следовать нравственному закону, стремящегося улучшить мир, природу, себя [12, с. 55].

Библиографический список

1. Чухин, С. Г. Основы духовно-нравственного воспитания школьников [Текст] : учебное пособие для вузов / С. Г. Чухин, О. Ф. Левичев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2020. – 113 с.
2. Анохина, Е. Ю. Духовно-нравственное воспитание детей младшего школьного возраста [Текст] / Е. Ю. Анохина. – М. : Флинта, 2015. – 219 с.

3. Актуальные проблемы художественно-эстетического и нравственного воспитания и образования детей: традиции и новаторство [Текст] : сборник научных трудов. — Липецк : Липецкий ГПУ, 2019. — 400 с.
4. Грибоедова, Т. П. Педагогические условия подготовки учителя к духовно-нравственному развитию учащихся [Текст] : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / Татьяна Петровна Грибоедова. — Томск, 2000. — 180 с.
5. Петракова, Т. И. Гуманистические ценности образования в процессе духовно-нравственного воспитания подростков [Текст] : автореф. дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.01 / Татьяна Ивановна Петракова. — М., 1999. — 36 с.
6. Концепция духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина России [Текст] // Вестник образования. — 2009. — № 17. — С. 9–31.
7. Пашков, В. И. Традиции духовно-нравственного воспитания военнослужащих в Русской армии [Текст] : монограф. / В. И. Пашков. — М. : Юнити-Дана – Закон и право, 2016. — 256 с.
8. Храброва, Е. В. Духовно-нравственное воспитание несовершеннолетних осужденных [Текст] : монограф. / Е. В. Храброва. — Вологда : ВИПЭ ФСИН, 2015. — 157 с.
9. Социально-психологические и духовно-нравственные аспекты семьи и семейного воспитания в современном мире [Текст] : матер. конф. / отв. ред. В. А. Кольцова. — М. : Инст-т психологии РАН, 2013. — 956 с.
10. Клопов, А. Ю. Нравственное воспитание студентов высших учебных заведений [Текст] : учеб. пособие / А. Ю. Клопов, Е. А. Клопова, В. Л. Марищук. — СПб. : НИУ ИТМО, 2012. — 46 с.
11. Веденеева, Г. И. Духовно-нравственное воспитание учащихся в процессе познания родного края [Текст] : монограф. / Г. И. Веденеева. — Саратов : Вузовское образование, 2015. — 392 с.
12. Шмачилина, С. В. Воспитание старших школьников в нравственной деятельности [Текст] : учеб. пособие для студентов педвузов / С. В. Шмачилина. — Омск : ОмГПУ, 1997. — 19 с.

Стресс как один из видов эмоционального состояния человека

Жаныбекова Г. Б.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. филос. наук,
доцент И. А. Костюк

К эмоциональным процессам относится широкий класс процессов, внутренней регуляции деятельности. Эту функцию они выполняют, отражая тот смысл, который имеют объекты и ситуации, воз-

действующие на субъекта, их значения для осуществления его жизнедеятельности [1]. У человека эмоции порождают переживания удовольствия, неудовольствия, страха, робости и т. п., которые играют роль ориентирующих субъективных сигналов. Простейшие эмоциональные процессы выражаются в органических, двигательных и секреторных изменениях и принадлежат к числу врожденных реакций. Однако в ходе развития эмоции утрачивают свою прямую инстинктивную основу, приобретают сложнообусловленный характер, дифференцируются и образуют многообразные виды так называемых высших эмоциональных процессов: социальных, интеллектуальных и эстетических, – которые у человека составляют главное содержание его эмоциональной жизни. По своему происхождению, способам проявления и формам протекания эмоции характеризуются рядом специфических закономерностей [2].

Являясь одновременно самостоятельным физиологическим, психическим и социальным явлением, стресс по своей сути представляет собой еще один вид эмоционального состояния. Это состояние характеризуется повышенной физиологической и психической активностью. При этом одной из главных характеристик стресса является его крайняя неустойчивость. При благоприятных условиях это состояние может трансформироваться в оптимальное состояние, а при неблагоприятных – в состояние нервно-эмоциональной напряженности, для которого характерно снижение работоспособности и эффективности функционирования систем и органов, истощения энергетических ресурсов [2].

Для обозначения психических состояний человека в трудных условиях исследователи пользуются разными понятиями, среди которых наиболее популярно понятие «стресс». Его применяют для обозначения широкого круга не только психических, но и физиологических состояний, например физического напряжения, утомления и т. д. Более того, вследствие широкой популярности термина «стресс» им стали обозначать разнообразные явления, относящиеся и к другим областям знания (социологии, биологии, медицине, педагогике и др.). Так, этот термин употребляют для обозначения внешних воздействий и ситуаций, в которых может оказаться человек (например, заключение в тюрьму), таких реакций, как, например, гипервентиляция легких, и т. д. Неоднозначность понимания термина, путаница и непоследовательность в его применении при-

водят к противоречивости полученных данных, отсутствию строгих критериев при их интерпретации и сопоставлении [4].

Рассмотрим несколько вариантов определения понятия «стресс»

Этот термин, получивший в наши дни столь широкое распространение, впервые был введен в научное употребление применительно к техническим объектам. В XVII в. английский ученый Роббер Гук использовал этот термин для характеристики объектов (например, мостов), испытывающих нагрузку и сопротивляющихся ей. Эта историческая аналогия интересна тем, что понятие «стресс» в современной физиологии, психологии, медицине включает в себя представления о связях стресса с нагрузкой на сложные системы (биологические, психологические, социально-психологические) и с сопротивлением этой нагрузке. В соответствии с этими представлениями стресс рассматривается как физиологический синдром, состоящий из совокупности неспецифически вызванных изменений как неспецифическая реакция организма на предъявляемые к нему требования [3].

Стресс – это нервно-психическое перенапряжение, которое возникает в результате сверхсильного воздействия (стрессора), адекватная реакция на которое даже не была сформулирована, но должна быть найдена в сложившейся ситуации. Это такое эмоциональное состояние, которое связано с тотальной мобилизацией сил организма на поиск выхода из сложившегося положения [5].

Следует отметить, что не всякое воздействие вызывает стресс. Слабые воздействия не приводят к стрессу – он возникает лишь тогда, когда влияние стрессора (непривычного для человека объекта, явления или каких-либо других факторов внешней среды) превосходит обычные приспособительные возможности индивида.

Таким образом, стресс возникает тогда, когда организм вынужден адаптироваться к новым условиям, т. е. стресс неотделим от процесса адаптации.

Сущность стрессовой реакции заключается в «подготовительном» возбуждении и активации организма, необходимой для готовности к физическому напряжению. Следовательно, мы вправе полагать, что стресс всегда предшествует значительной трате энергетических ресурсов организма, а затем и сопровождается ею, что само по себе может приводить к истощению функциональных резервов [2]. При этом стресс ни в коей мере не может рассматриваться как отри-

цательное явление, поскольку лишь благодаря ему возможна адаптация. Кроме этого, умеренно выраженный стресс оказывает положительное влияние как на общее состояние организма, так и на психические характеристики личности.

Например, при умеренном стрессе отмечается позитивное изменение таких психических характеристик, как показатели внимания, памяти, мышления и др.

Таким образом, стресс как целостное явление должен рассматриваться в качестве позитивной адаптивной реакции, вызывающей мобилизацию организма. Тем не менее существуют стрессовые реакции, которые, наоборот, приводят к демобилизации систем организма. Это крайне отрицательное проявление стресса в научной литературе получило название дистресса [3]. Именно дистресс несет в себе факторы, разрушительно действующие на организм. Трансформация стресса в дистресс происходит при чрезмерно интенсивном воздействии факторов среды и условий жизнедеятельности, при которых очень быстро истощаются функциональные резервы организма или нарушается деятельность механизмов психической регуляции.

Стресс – явление, способное возникнуть у каждого человека как в специфических условиях, так и в повседневных жизненных ситуациях, носящих характер испытания для человека, – оказывает существенное влияние на деятельность и поведение, вследствие чего вопрос о его причинах, природе и формах проявления приобрел самостоятельное научное значение, которое еще больше усиливается в связи с ростом требований, предъявляемых человеку современным производством, техникой, условиями окружающей среды и задачами, которые ему приходится выполнять.

Библиографический список

1. Бодров, В. А. Психологический стресс: развитие и преодоление [Текст] / В. А. Бодров. – М. : ПЕР СЭ, 2016. – 528 с.
2. Бойко, В. В. Синдром «эмоционального выгорания» в профессиональном общении [Текст] / В. В. Бойко. – СПб., 2016. – 203 с.
3. Гринберг, Дж. С. Управление стрессом [Текст] / Дж. С. Гринберг. – СПб. : Питер, 2016. – 496 с.
4. Китаев-Смык, Л. А. Психология стресса [Текст] / Л. А. Китаев-Смык. – М. : Наука, 2016. – 368 с.
5. Леонова, А. Б. Психопрофилактика стрессов [Текст] / А. Б. Леонова. – М. : МГУ, 2016. – 159 с.

Из опыта организации кураторской деятельности в казахстанских вузах непедагогического профиля

Жусупова А. А.,

Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – д-р пед. наук,
доцент С. В. Шмачилина-Цибенко

В современных условиях модернизации образования ее система в высшей школе остается единственным социальным институтом, который осуществляет трансляцию и воплощение базовых ценностей и достижение целей развития современного общества.

Воспитательная деятельность вуза является составной частью образовательного процесса и направлена на формирование патриотизма, гражданственности, интернационализма, высокой морали и нравственности, правовой культуры, межкультурной толерантности, а также на развитие разносторонних интересов и способностей обучающихся [1].

Значительную роль в воспитательной работе со студентами в вузе играет куратор академических групп. Он является одним из ключевых звеньев в воспитательной системе вуза, находится в непосредственном близком контакте со студентами, как никто другой знает все о студенческой группе, которую курирует [2, 3]. Куратор является связующим звеном между администрацией, педагогами и студентами.

Воспитательный процесс в вузе реализуют как кураторы, получившие специальное педагогическое образование, так и кураторы, не имеющие его. К категории кураторов, не имеющих специального педагогического образования, относятся кураторы-педагоги, которые были отобраны из числа выпускников для работы на кафедре (имеются в виду непедагогические вузы), либо приглашенные практикующие специалисты в своей области (производственники, практикующие экономисты, юристы и т. п.). Опыт такого привлечения к кураторской деятельности практикуется в ряде вузов Казахстана, например в Казахском агротехническом университете им. С. Сейфуллина. Однако такие специалисты испытывают определенные трудности в осуществлении кураторской деятельности, так как не имеют базового педагогического образования, и, следовательно, не владеют

основными педагогическими компетенциями. Они не имеют опыта работы с обучающимися разного возраста, не владеют на должном уровне знаниями о психолого-педагогических и возрастных особенностях студенческой молодежи, особенностях теории и методики воспитательной работы в вузе, имеют смутное представление о системе деятельности куратора студенческой группы, ее миссии и предназначении.

Для разрешения данной проблемы в 2015 г. в Казахском агротехническом университете имени С. Сейфуллина была организована «Школа кураторов» и разработано положение о ее деятельности. Университет заинтересован в результативной деятельности кураторов и поэтому всячески поддерживает ее функционирование организацией различных формы работы.

К примеру, для выявления проблем, с которыми сталкиваются кураторы, не имеющие педагогического образования и построения плана дальнейшей работы с ними, школа кураторов совместно с педагогами и психологами университета подготовила и провела тестирование кураторов.

В первую очередь необходимо было узнать самого педагога-куратора, построить его портрет как педагога-воспитателя. При этом мы использовали методику Г. В. Резапкиной «Психологический портрет педагога» которая позволила нам увидеть психологические причины профессиональных затруднений в кураторской деятельности [4].

Направленность данной методики ориентирована на выявление важных педагогических компетенций педагога-куратора: его приоритетных ценностей, психоэмоционального состояния, самооценки, стиля воспитания, уровня субъективного контроля

Тестирование проходило в online-режиме на сайте «Школы кураторов» университета, что дало нам возможность охватить 270 кураторов и увидеть не только направленность их работы, но и трудности, с которыми сталкивается каждый куратор в отдельности, а также выявить проблемы в целом.

По окончании тестирования на основе анализа ответов педагогов-кураторов нами были получены следующие результаты: 36 % (98 чел.) педагогам-кураторам близки интересы студентов, их проблемы. Кроме того, 27 % (74 чел.) важна поддержка коллег, их признание, что является существенным в кураторской деятельности. Однако 36 % (98 чел.) кураторов считают, что, кроме работы, есть и другие ценности и возможности самореализации.

Результаты методики показали стойкое психоэмоциональное состояние кураторов. Хотя сравнительный анализ ответов носит несколько противоречивый характер. Так, например, всего лишь 9 % (23 чел.) ответили, что работа в вузе отнимает много физических и душевных сил, в то время как у 42 % (112 чел.) отмечена повышенная чувствительность нервной системы, а у 50 % (135 чел.) – благополучное психоэмоциональное состояние.

Результаты анализа шкалы «Самооценка», свидетельствует о позитивном мире и себя 38 % (102 чел.), в тоже время у 32 % (85 чел.) обнаружена неустойчивость самооценки и ее зависимость от внешних обстоятельств, настроения и мнения других. О необходимости проведения большой работы по развитию коммуникативных качеств кураторов свидетельствуют ответы о легкости вступления в свободное общение с другими, которые дал только 31 % (83 чел.)

Лидерами в коллективе являются 35 % (95 чел.), позиция миротворца близка 57 % (155 чел.), однако всего лишь 8 % (20 чел. из 270 чел.) признают в студенте равноправного партнера.

По уровню субъективного контроля были получены следующие результаты: всего лишь 29 % (77 чел.) склонны принимать на себя ответственность за все, что происходит в жизни, активны и уверены в себе, в то время как 35 % (93 чел.) недостаточно ответственны за сложившиеся отношения и обстоятельства своей жизни, 37 % (100 чел.) склонны приписывать ответственность за события своей жизни другим людям, случаю, судьбе. Эти последние больше других подвержены феномену «сгорания».

Интерпретируя ответы кураторов по шкале «приоритетные ценности педагога» отметим, что 49 кураторов из 98 (50%) были молодые специалисты – преподаватели, работающие в вузе от 1 до 3 лет, а 50 % кураторов являются преподавателями с 10-летним и более стажем. Одинаковое количество кураторов (98 человек) выбрали два варианта по одной шкале. В таком случае это можно интерпретировать в двух значениях: во-первых, поведенческие установки кураторов могут колебаться, они еще не сформированы, во-вторых, может иметь место разнообразие поведенческих стереотипов.

Проведенная нами методика дает нам возможность выявить причины профессиональных затруднений кураторов студенческих групп. По результатам тестирования мы видим сильные и слабые стороны в поведении кураторов. Рассматривая сильную (позитивную) сторону поведения кураторов, большее количество кураторов

(135 человек) имеет благополучное психоэмоциональное состояние, 102 куратора имеют позитивную самооценку. Эти кураторы эмоционально стабильны, могут положительно влиять на психологический климат в группе, легко создавать атмосферу живого общения и оказывать психологическую поддержку студентам.

Данная методика помогла нам выявить и слабые (негативные) стороны поведения и особенности нервной системы кураторов. Например, у 112 кураторов определилось нестабильное психоэмоциональное состояние, причиной чего может быть врожденная повышенная чувствительность нервной системы, неблагоприятное стечение обстоятельств, а также личностные особенности. 155 кураторов используют либеральный (попустительский) стиль, что недопустимо в работе со студентами. Организация и контроль деятельности студентов проходит бессистемно, теряется контакт со студентами, впоследствии авторитет куратора не имеет влияния на студентов. Ответы 100 кураторов показали нам, что у них преобладает низкий уровень субъективного контроля, т. е. эти кураторы не готовы брать на себя ответственность любого рода – они склонны приписывать ответственность за разного рода события своей жизни другим людям, случаю, судьбе. Куратору с низким уровнем ответственности будет тяжело осуществлять кураторскую деятельность, так как ответственность является одной из характерных черт человека, определяющей полноценную личность. В воспитательной работе куратора объектом ответственности являются студенты.

Таким образом, в результате проведенной нами работы были выявлены психологические причины профессиональных затруднений в работе со студентами, что определило дальнейшие направления работы с кураторами. Она была направлена на реализацию психолого-педагогического сопровождения деятельности кураторов: повышение качества и эффективности методической и организационной составляющих воспитательной работы со студентами, совершенствование их личностного роста и психолого-педагогической компетентности, обеспечение организации и координации их эффективной деятельности. В связи с этим в рамках «Школы кураторов» был проведен научно-методический семинар «Воспитательная среда университета: традиции и инновации». Гости семинара были деятели образования РК: Кертаева Г. М. (д-р пед. наук, профессор, Отличник народного просвещения Каз. ССР, Почетный работник образования РК), Бекжанов А. (директор Департамента по сту-

денческим делам, университет Назарбаева, г. Нур-Султан), Дюсембаев А. Ш. (директор Центра психологов «Касиет», президент Ассоциации практических психологов, г. Нур-Султан). Они делились опытом работы со студенческой молодежью и выступили с докладами, раскрывающими деонтологический аспект преподавательской деятельности, психологию воспитательной работы в вузе (наставник, куратор, тьютор), проблемы внедрения современных технологий в воспитательную систему.

Практическая часть семинара в рамках работы секций была организована исходя из результатов полученной диагностики и потребностей кураторства.

Как, например, профилактика синдрома эмоционального выгорания, техники и приемы повышения стрессоустойчивости куратора, преодоление конфликтных ситуаций в студенческой группе, толерантность в студенческой среде, тренинговые технологии в формировании коллаборативной среды группы, знакомство с психологическими тестами для отбора (на вакансии, кадровый резерв, профпригодность, ПЗК, психограмма) и др. Заседания всех секций проводились в форме MasterClass, несли практическую направленность, как в профессиональном, так и в личностном плане.

В заключение хотелось бы отметить, что школа кураторов (институт кураторства) играет огромную роль в воспитательной системе высшей школы. Она помогает круторам, поддерживает и сопровождает их работу для их дальнейшего совершенствования в профессиональной, психолого-педагогической компетентности при взаимодействии со студенческой группой, а также стремление к саморазвитию, самоактуализации и творческой самореализации в педагогической профессии и воспитательной деятельности.

Библиографический список

1. Бейлина, Н. С. Воспитательная деятельность куратора студенческой группы по формированию общекультурных и профессиональных компетенций [Текст] / Н. С. Бейлина // Вестник Самар. гос. тех. ун-та. Серия : Психолого-педагогические науки. – Самара, 2015. – № 2 (26). – С. 10–18
2. Буянова, Г. В. Обязанности куратора академической группы в нормативных документах вузов [Текст] / Г. В. Буянова // Современные проблемы науки и образования. – Пенза : Изд. дом «Академия естествознания», 2014. – № 6.
3. Бугаева, Т. П. Деятельность куратора в современном вузе [Текст] : автореф. дис... канд. пед. наук 13.00.01 : защ. 22.10.2010 : [место защиты : Кузбас. гос. пед. акад.] / Татьяна Петровна Бугаева. – Новокузнецк, 2010. – 26 с.

4. Резапкина, Г. В. Психология и выбор профессии: программа предпрофильной подготовки [Текст] : учеб.-метод. пособие для психологов и педагогов / Г. В. Резапкина. – М. : Генезис, 2005. – 208 с.

Направления, формы и методы организации работы по патриотическому вос- питанию школьников в общеобразовательной организации

Кравченко И. В.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – д-р пед. наук,
доцент Е. В. Лопанова

Патриотическое воспитание в школе направлено на развитие в ребенке качеств, присущих гражданину – патриоту страны, обладающему рядом патриотических черт, имеющему активную гражданскую позицию.

Основные задачи военно-патриотического объединения в школе отражены на рис. 1.



Рисунок 1 – Основные задачи военно-патриотического объединения в школе

В научной литературе определены следующие направления патриотического воспитания:

- историко-патриотическое;

- гражданско-патриотическое;
- военно-патриотическое;
- культурно-патриотическое [1, с. 57];
- спортивно-патриотическое;
- социально-патриотическое;
- экономико-патриотическое [2, с. 121].

Примером прогресса в области патриотического воспитания являются следующие факты.

1. 4789 образовательным организациям и клубам были присвоены почетные наименования в честь Героев Советского Союза и Героев Российской Федерации [3, с. 79].

2. В 78 субъектах Российской Федерации созданы центры военно-патриотического воспитания и подготовки граждан (молодежи) к военной службе.

3. В соревнованиях по программе президентских состязаний приняли участие школьники из 37,2 тыс. общеобразовательных организаций.

4. Наиболее эффективно реализуется подготовка обучающихся к военной службе в кадетских школах (кадетских школах-интернатах) и казачьих кадетских корпусах [4, с. 121].

5. Практически во всех субъектах Российской Федерации мероприятия по организации работы по военно-патриотическому воспитанию учащихся общеобразовательных организаций и их физическому развитию включены в различные региональные программы [5, с. 68].

В воспитании патриотизма, гражданской позиции у обучающихся важным является учет возрастных особенностей, что способствует интенсивности эмоционального восприятия патриотических ценностей. Учет возрастных особенностей позволяет ориентировать школьников на нравственное совершенствование, самопознание и преодоление противоречий в социальных взаимодействиях. Поэтому проект нацелен на учащихся трех уровней образования:

- начального общего образования,
- основного общего образования,
- среднего общего образования [6, с. 94].

Деятельность по патриотическому воспитанию молодежи реализуется в соответствии с Концепцией патриотического воспитания граждан Российской Федерации, государственной программой «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016–2020 годы» и комплексным межведомственным планом мероприятий по

патриотическому воспитанию населения Омской области на 2016–2020 гг. по следующим направлениям [7]:

- военно-патриотическое воспитание детей и молодежи, развитие практики шефства воинских частей над образовательными организациями;
- развитие волонтерского движения как важного элемента системы патриотического воспитания молодежи [8];
- научно-исследовательское и научно-методическое сопровождение патриотического воспитания граждан;
- совершенствование форм и методов работы по патриотическому воспитанию граждан;
- информационное обеспечение патриотического воспитания граждан.

В 2018 г. на территории Омской области действовало 1394 объединения, в деятельность которых были вовлечены 54712 человек, из них:

- 239 военно-патриотических объединений, в деятельность которых вовлечены 6549 человек;
- 411 гражданско-патриотических объединений, в деятельность которых вовлечены 25539 человек;
- 148 историко-краеведческих клубов, в деятельность которых вовлечены 3423 человека;
- 200 спортивно-патриотических клубов, в деятельность которых вовлечены 10687 человек;
- 31 поисковое объединение, в деятельность которых вовлечены 493 человека;
- 6 объединений исторической реконструкции, в деятельность которых вовлечены 110 человек;
- 338 волонтерских отрядов, в деятельность которых вовлечены 7067 человек;
- 21 кадетское учреждение, в деятельность которых вовлечены 844 человека [9].

Для сравнения: в аналогичный период 2017 г. на территории Омской области действовало 987 объединений, в деятельность которых были вовлечены 37235 человек. Гражданско-патриотическая позиция молодежи формируется на основе российских традиционных ценностей, исторического и культурного наследия.

Одним из наиболее динамично развивающихся направлений профилактики является деятельность, направленная на гражданско-патриотическое воспитание молодежи. Реализацию деятельности по патриотическому воспитанию молодежи с 2014 г. осуществляет бюджетное учреждение Омской области «Центр патриотического воспитания молодежи».

Деятельность учреждения направлена на совершенствование системы патриотического воспитания молодежи, формирование у несовершеннолетних и молодежи активной гражданской позиции, содействие допризывной подготовке граждан. В 2018 г. учреждением организовано 52 мероприятия, в которых приняли участие 22000 человек.

Пример организации системы патриотического воспитания школьников отражен на рис. 2.



Рисунок 2 – Пример организации системы патриотического воспитания школьников

Таким образом, в современный период патриотическому воспитанию уделяется пристальное внимание как на уровне непосредственно образовательных учреждений, так и на уровне органов власти.

Библиографический список

1. Акулич, М. М. Патриотическое воспитание современной студенческой молодежи в вузе [Текст] / М. М. Акулич // Вестник Тюмен. гос. ун-та. Социально-экономические и правовые исследования. – Тюмень, 2018. – Т. 1. № 1(1). 42–53.

2. Беляев, А. В. Гражданское образование в федеральном университете: проектирование, организация, управление. [Текст] / А. В. Беляев. – Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2018. – 245 с.
3. Морозова, Е. Е. Эколого-патриотическое воспитание учащихся: (проект «Зеленая Аллея Памяти») [Текст] / Е. Е. Морозова, О. А. Исаева, Л. Н. Макарова // Биология в школе. – М. : Школьная пресса, 2018. – № 2. – С. 39–45.
4. Петренко, Е. Л. Воспитательная деятельность классного руководителя [Текст] / Е. Л. Петренко, М. В. Антонова, Т. А. Коннова. – Ульяновск : УИПКПРО, 2019. – 40 с.
5. Суколенов И. В. Теория и практика патриотического воспитания учащихся в современных условиях. – Курган : КУ, 2016. – 177 с.
6. Табарданова, Т. Б. Методики диагностики качества гражданского образования и патриотического воспитания учащихся основной школы. [Текст] / Т. Б. Табарданова, Е. В. Федотова, И. В. Скворцова. – Димитровград : УИПКПРО, 2019. – 263 с.
7. Ушкалова, А. И. Историческая реконструкция – основа военно-патриотического воспитания [Текст] / А. И. Ушкалова // Дополнительное образование и воспитание. – М. : Витязь–М, 2018. – №10 –С. 17–26.
8. Харламов, И. Ф. Нравственное воспитание школьников : пособие для клас. рук-лей [Текст] / И. Ф. Харламов. – М., 2013.-415с.
9. Яновская, М. Г. Эмоциональные аспекты нравственного воспитания: Книга для учителя [Текст] / М. Г. Яновская. – М. : Педагогика, 2018 . –230 с.

Обучение студентов на военной кафедре гражданского вуза

Лобарев Е. Г.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. пед. наук,
доцент Н. В. Савина,

«В наше время офицер не только военный чин, но нечто большее:
он общественный деятель в гражданском смысле слова, потому
что призван играть и не последнюю роль в народном образовании».

«Изучают великие образцы военного дела не для того, чтобы
им буквально подражать, но для того, чтобы проникаться их духом».

«Преданность Родине, интересам общего дела –
главная задача программы военного воспитания».

«Воспитание важнее образования, потому что военное
дело в значительной степени более волевое, чем умовое».

«Не думай о себе, думай о товарищах; товарищи
о тебе подумают. Вот первая воинская заповедь».

Генерал Драгомиров М. И. (1830–1905 гг.)

Мы часто задаем себе неоднозначные вопросы о военном образовании в стенах гражданского ВУЗа. Какое место в образовательном

процессе современного ВУЗа и в целом страны занимает подготовка военных специалистов по учетным специальностям в гражданском учреждении? Какие имеет успехи и перспективные наработки на фоне современного интеллектуального и многогранного образовательного процесса? С какими сталкивается проблемами и трудностями в подготовке высококвалифицированных специалистов?

Военная подготовка в гражданских ВУЗах является приоритетным направлением системы воспитания и накопления профессионального и хорошо обученного мобилизационного человеческого ресурса, а также профессионального офицерского состава для нужд вооруженных сил.

Военная кафедра — это учебное подразделение вооруженных сил в гражданском высшем учебном заведении. Ее фактическими разновидностями могут также считаться военные факультеты, отделения и т. п. ВУЗы, имеющие военные кафедры, за время учебы проводили подготовку специалистов по военно-учетным специальностям. После окончания ВУЗа такой специалист ранее обычно получал статус офицера запаса. Аналоги военных кафедр существовали в России более 100 лет. Эта форма обучения гражданского населения доказала свою эффективность и продолжает развиваться [1].

Если проанализировать современное состояние военно-профессиональной подготовки студентов на военной кафедре гражданского ВУЗа можно сделать вывод, что наряду с позитивным опытом, сложившимися традициями и имеющимся педагогическим потенциалом есть ряд существенных проблем, которые необходимо решать здесь и сейчас, для того чтобы качественно выполнять задачи, поставленные перед вузом вооруженными силами. К примеру, значительное количество офицерских должностей первичного звена занимают выпускники гражданских вузов, и эти выпускники с энтузиазмом идут в армию. Поэтому в данном контексте понятие «офицер запаса», т. е. военнослужащий, основное предназначение которого — мобилизационный резерв вооруженных сил на случай вооруженного нападения на нашу страну, в современной действительности практически утратило свою первоначальную сущность. Военные вузы осуществляют подготовку подобных специалистов в течение четырех, пяти лет, в то же время процесс военной подготовки в гражданских вузах на военной кафедре составляет несколько лет, а то и месяцев и, как правило, приводит к снижению общего уровня военно-профессиональной подготовки офицеров. Федераль-

ные государственные образовательные стандарты включают основные требования к качеству подготовки военных специалистов, но на практике механизм формирования профессиональной готовности в управлении воинскими подразделениями, прежде всего в мирное время, в руководящих документах не обозначен.

Первостепенной причиной кризисных явлений в военном образовании является то, что оно находится в искусственной обособленности по сравнению с общегражданской высшей школой, развивается отчужденно и поэтому часто рассматривается через узковедомственные армейские стандарты, устаревшие традиции, но в то же время военное образование имеет фактически монопольное право на пополнение воинского кадрового потенциала.

Пересмотр и преодоление присутствующих и основополагающих стереотипов закрепляет права гражданских вузов на современном этапе осуществлять профессиональную военную подготовку обучающихся на военных кафедрах в новом для военного образования ключе. Результаты проведенных в течение ряда последних лет исследований фактически выявили данный потенциал – возможность подготовки в условиях гражданского вуза офицерских кадров, имеющих высшее военно-специальное образование, причем профиль таких специалистов может быть не только техническим, но и гуманитарным (юристы, воспитатели, психологи, военные экономисты, специалисты по маркетингу вооружения и прочие).

Также необходимо признать тот факт, что в ряду наукоемких профессий компетентных специалистов возможно подготовить только в условиях гражданского вуза, так как в процессе их подготовки в военном вузе может отсутствовать специальная материальная база и педагогические и научные кадры требуемой квалификации. В формировании личностных качеств будущих офицеров, а именно в воспитании общей культуры, обретении гуманистической ценностной ориентации и жизненного идеала, организации системы высшей гражданской школы обладают большими возможностями.

Преимущество подготовки военного специалиста в системе высшей гражданской школы фиксируется и экономическим расчетом. Он показывает, что обучение будущего офицера-специалиста в условиях гражданского вуза обходится государству значительно дешевле, чем в условиях военного.

Основными положительными моментами нынешней системы подготовки в условиях гражданского вуза является то, что она по-

звolyет выпускникам – военным специалистам – эффективно выполнять профессиональные обязанности на уровне первичных должностей по военно-учетным специальностям в том случае, если направление выбранной военной подготовки соответствует специальности, получаемой в условиях вуза.

Из года в год тысячи студентов гражданских вузов выпускаются как офицеры запаса, хоть и назревает вопрос о том, насколько обоснованна необходимость выпускать столь представительный по численности резерв и, прежде всего, каким является его качественный состав. Необходимость подготовки мобилизационного резерва Вооруженных Сил России в современной нестабильной внешнеполитической обстановке значительно обостряется, но до настоящего времени подготовка офицера запаса происходит на недостаточно высоком уровне.

В качестве причин можно выделить следующие: недостаточно быстрое обновление учебно-материальной базы, невысокий уровень подготовки преподавательского состава, двойная, а то и тройная подчиненность военных кафедр, низкий уровень финансирования многих гражданских вузов, отсутствие межвузовских учебных центров, которые бы отвечали современным условиям, слабая связь процесса обучения с войсковой практикой и т. д. Но в качестве основных причин выступают отсутствие мотивации студентов на обучение в условиях военной кафедры и практически полное отсутствие у обучающихся гражданских вузов опыта по практической работе на офицерских должностях [2]. Молодые люди осознают, что если они получают звание офицера запаса, то вместе с ним они получают освобождение от воинской службы, и потому многие стремятся специально поступать в гражданские вузы с наличием военной кафедры, чтобы их не призвали в вооруженные силы.

В обстановке ускорения процессов усовершенствования высшего образования особое внимание заслуживает анализ актуального потенциала системы военной подготовки в условиях гражданского вуза и выработка наиболее правильных путей на данном этапе для ее дальнейшего усовершенствования. Ныне существующая сеть военных кафедр, воплощающая в образовательном процессе военно-профессиональные образовательные программы, призвана обеспечить подготовку офицеров запаса в интересах накопления и поддержания необходимых мобилизационных ресурсов для всех видов воинских формирований страны.

Согласно мнению военных специалистов, способность этой системы функционировать в целом является оптимальной. Организация военного образования в системе Министерства обороны России и прочих ведомств, в которых предусматривается воинская служба, не в состоянии справиться с плановой реализацией ее кадровой потребности по причине того, что выпускники данных образовательных организаций не остаются в кадровом составе воинского формирования. Система военного обучения в гражданских ВУЗах позволяет в значительной мере решить указанную проблему.

По причине подписания Россией Болонского соглашения увеличивается значение личностно развивающих технологий, которые внедряются в образовательный процесс вуза. Актуальные требования к выпускнику все более выявляют задачу подготовки активного и целеустремленного субъекта, проявляющего высокий уровень предпринимательской культуры, способного адаптироваться к складывающимся в профессиональном и социальном сообществах нормам и ценностям, к специфике жизнедеятельности, которая сопряжена со значительным количеством стрессовых и кризисных ситуаций, актуализирующих способность к их конструктивному преодолению [3].

Военная кафедра позиционируется как учебное формирование вооруженных сил государства при гражданском высшем учебном заведении, отвечающая за подготовку военнослужащих категории «офицер», «сержант» или «рядовой» для разных родов войск (сил) и служб, равнозначное (по статусу) высшему военно-учебному заведению. Процесс организации образовательной деятельности предполагает системную подготовку обучающихся к самостоятельной работе. Результаты в системе обучения представляются как личностные новообразования, позволяющие оценить степень подготовки к профессиональной деятельности. Имеющееся противоречие между нуждой военной практики в качественной подготовке командиров воинских подразделений и недостаточной готовностью выпускника военной кафедры гражданского вуза к выработке решений в управлении воинским подразделением актуализирует внесение корректировок в содержание военной подготовки обучающихся. Эти корректировки должны обеспечивать педагогические условия для овладения управленческими видами деятельности (планирования, целеполагания, организации, контроля). Отсутствие в профессиональной подготовке обучающегося военной кафедры гражданского

вуза целостного представления о профессионализме командира воинского подразделения затрудняет организацию образовательного процесса при формировании военно-профессиональной компетентности будущего офицера запаса на военной кафедре гражданского вуза. Профессионализм командира обусловлен характером его подготовки, результативность которой должна представляться готовностью к управлению воинским подразделением.

Библиографический список

1. Никифоров, В. Что дает военное обучение в гражданских ВУЗах. [Электронный ресурс] / В. Никифоров. – URL: <https://militaryarms.ru/sluzhba-v-armii/voennuj-uchebnyj-centr/> / (дата обращения : 13.05.2020)
2. Иванов, С. М. Военная подготовка в гражданских вузах: история зарождения / С. М. Иванов, А. П. Коробейникова // Историко-педагогические чтения. – Екатеринбург : Изд-во УрГПУ, 2019. – № 23. – С. 212–215.
3. Колбин, А. Б. Формирование и содержание обучения с использованием информационных технологий в военных вузах / А. Б. Колбин // Образование и наука в России и за рубежом. – М. : ООО «Московский двор», 2019. – № 1 (49). – С. 201–205.

Конструирование приемов активизации познавательной деятельности студентов

Лысенко А. А.,

Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. пед. наук,
доцент Т. С. Котлярова

Социально-экономические и политические изменения в обществе выдвигают новые требования к подготовке специалистов по всему кругу социально-экономических специальностей в системе высшего образования. Однако современные педагогические технологии, средства и формы обучения не обеспечат высокой эффективности учебно-познавательной деятельности студента, если он не займет активную личностную позицию, а его познавательная деятельность не будет целевой и целенаправленной. Поэтому активизация учебно-познавательной деятельности студентов является одним из основных направлений улучшения учебно-воспитательного процесса высших учебных заведений. Цель данной статьи – определить направления конструирования приемов активизации познава-

тельной деятельности студентов для повышения эффективности обучения и качества подготовки специалистов, в частности в рамках изучения дисциплины «География мирового хозяйства».

С точки зрения Л. И. Ульяновой, познавательная деятельность студента обеспечивает освоение способов и опыта профессионального решения практических задач, овладение профессиональным мышлением и творчеством, т. е. она является профессионально направленной, или, другими словами, учебно-профессиональной деятельностью [1]. В учебно-познавательном процессе студент выступает в качестве объекта педагогической деятельности, продуктом которой, в свою очередь, является формируемый у студента индивидуальный опыт. Результатом педагогической деятельности как выполнения ее основной цели является развитие студента: его личностное, интеллектуальное совершенствование, становление его как индивидуума, как субъекта учебной деятельности. Объектом деятельности студента является научная, теоретическая и практическая информация, которой он должен овладеть. Продуктами его деятельности являются ответы (демонстрация знаний, умений, навыков), которые оцениваются на экзаменах, зачетах, при иных формах контроля обучения [2]. Таким образом, у студента как субъекта учебно-профессиональной деятельности есть своя цель, свой объект, свои способы достижения цели, свои возможности.

Одна из задач преподавателя на всех этапах становления студента – помочь ему найти себя. Студент не рождается субъектом учебно-профессиональной деятельности, а становится им под влиянием воспитания. Именно преподаватели должны помочь студенту стать субъектом учебно-профессиональной деятельности, в основе которой лежит сущность саморазвития личности [3]. Под активностью студентов Рахимов З. Т. предлагает понимать степень их погружения в предмет деятельности: готовность выполнять учебные задания, попытки действовать самостоятельно, извлекать необходимую научную информацию из разных источников, расширять познавательные интересы [4].

Современный признак методической подготовки учащихся по направлению «География мирового хозяйства», как отмечает Потоцкая Т. И., – это широкое внедрение в учебный процесс систематической самостоятельной познавательной деятельности студентов. Одним из дидактических условий успешной организации и осуществления такой работы является соответствующее конструирование

приемов активизации познавательной деятельности студентов на базе структурирования учебного материала по дисциплине на логически завершённые модули, которые охватывают определенное количество тем и отражены в содержании нормативной учебной программы по методике обучения «География мирового хозяйства» [5].

В настоящее время используются различные формы конструирования системы активизации познавательной деятельности, которые включают разнообразие форм, методов, средств обучения, оправданный и сознательный выбор которых в условиях умелого и педагогически правильного сочетания существенно влияет на эффективность учебной деятельности, стимулирует активность и самостоятельность студентов. По нашему мнению, активизации познавательной деятельности студентов в значительной степени способствуют игровые формы и методы обучения, самостоятельная работа, а также проблемный метод обучения [4].

Значение выбора игровых форм и методов в преподавании дисциплины «География мирового хозяйства» преувеличить сложно, ведь именно они позволяют оптимально учитывать требования выбранной студентами специальности, создавать ситуации, позволяющие быстро и эффективно решать управленческие задачи, развивать экономическое, географическое (пространственное) мышление. Использование игровых форм обучения обеспечивает такую постановку задачи, которая предполагает не одно, а целый ряд профессиональных решений [7]. Это вызывает интерес у студентов, а следовательно, побуждает к активности. Задача преподавателя – правильно сконструировать содержание игровых занятий и разработать методические рекомендации по их подготовке, организации, внедрению и проведению на примере изучения определенных тем учебной дисциплины.

Влияние игровых форм обучения на повышение уровня профессиональной подготовки студентов высших учебных заведений разных уровней аккредитации будет эффективным при следующих условиях:

- профессионально ориентированное содержание игровых форм обучения;
- дифференцированное использование игровых занятий с учетом уровня подготовленности студентов;
- развитие мотивации учебной деятельности студентов;

- обеспечение развития инициативности, самостоятельности и творчества студентов;
- налаживание партнерского взаимодействия и сотрудничества участников игровых занятий на основе субъект-субъектных отношений.

Важное место в учебном процессе должно быть отведено самостоятельной работе как методу обучения и самообразования. Содержание вузовской учебной дисциплины «География мирового хозяйства» разделено на несколько модулей. В рамках каждого модуля и конкретной темы с целью конструирования приемов активизации познавательной деятельности студентов нами определены элементы содержания для самостоятельной работы студентов и составлен перечень ключевых вопросов для организации самостоятельной учебной деятельности. Системообразующим фактором, обеспечивающим целостный характер усвоения учебной информации, является общая направленность самостоятельной работы на максимальное использование связей с дисциплинами географического и экономического профиля, а также с соответствующими курсами международной экономики и имеющимися внутренними связями в рамках дисциплины. Вынесенные на самостоятельную проработку студентами теоретические вопросы по содержанию учебной дисциплины должны быть обеспечены современными информационными источниками на печатной или электронной основе. Поэтому для выполнения студентами заданий самостоятельной работы по методике обучения географии мирового хозяйства должны быть составлены подробные перечни современных информационных источников с использованием печатных изданий, электронных пособий и сайтов (интернет-ресурсов). Для удобства их применения студентами источники целесообразно разделить на базовые, вспомогательные и информационные ресурсы. В аудиторной самостоятельной работе студентов в рамках лекционных и практических занятий следует выделить два–три элемента содержания для организации самостоятельной учебной работы. Для обеспечения внеаудиторной самостоятельной познавательной деятельности студентов целесообразно отбирать содержание для разработки заданий для самостоятельной работы студентов по тематике лекционных и практических занятий. Важным при этом является определение оптимальных количественных показателей для составления заданий для самостоятельной работы студентов: для одной темы лекционного занятия

предлагается два обязательных для выполнения задания и одно дополнительное, творческого характера, по выбору студента, для практического занятия, в зависимости от степени сложности и объема работы – от одной до трех задач.

Применение проблемного метода обучения позволяет осуществлять творческое развитие познавательной активности личности студента. Основой проблемного обучения является моделирование реального творческого процесса за счет создания проблемной ситуации и управления поиском решения проблемы. В таких условиях происходит активизация умственной деятельности студентов [8]. Прежде всего, решение подобных задач вызывает интерес студента к предмету и изучаемому явлению. В методике обучения географии мирового хозяйства широкое применение получили задания адаптивного типа, которые требуют от студентов проявления ответственности и творчества во время самостоятельного принятия решений. Такими задачами являются создание и решение проблемных ситуаций, моделирование развития учебных ситуаций, выполнение групповых проектов, творческая разработка содержания дидактических материалов для совершенствования направления образования. Форма самостоятельной работы по анализу и поиску решений ситуационной задачи очень сложна, но эффективна и требует основательной подготовки студентов и преподавателя.

Из сказанного выше следует, что только комплексный, системный учет всех сторон процесса обучения в высших учебных заведениях позволит правильно выбрать и апробировать конструирование приемов активизации познавательной деятельности студентов с целью повышения эффективности обучения и качества подготовки специалистов. И, безусловно, исключительное значение имеет педагогическое мастерство преподавателя, в основе которого лежит высокий уровень профессионализма деятельности и личности.

Библиографический список

1. Ульянова, Л. И. Активизация познавательной деятельности студентов [Текст] / Л. И. Ульянова // Образование и воспитание. – Казань, 2018. – № 5 (20). – С. 62–64
2. Алиева, Г. С. Компоненты активизации познавательной деятельности студентов // Вестн. Таджикского национального ун-та. – Душанбе, 2018. – № 4. – С. 242–246.

3. Габекорн, И. И. Интерактивное обучение как способ активизации познавательной деятельности студентов [Текст] / И. И. Габекорн // Педагогический вестник. – Ялта, 2018. – № 1. – С. 10–12.
4. Рахимов, З. Т. Активизация познавательной деятельности и развитие критического мышления студентов в процессе обучения [Текст] / З. Т. Рахимов // Проблемы современной науки и образования. – Иваново, 2019. – № 3 (136). – С. 42–47.
5. Потоцкая, Т. И. География мирового хозяйства: современный взгляд на науку [Текст] / Т. И. Потоцкая // Известия РАН. Серия географическая. – М., 2018. – № 5. – С. 132–134.
6. Колосов, В. А. Горизонты исследований в области географии мирового хозяйства [Текст] / В. А. Колосов, Е. А. Гречко, К. В. Мироненко, Е. Н. Самбурова, Н. А. Слука, И. Н. Тикунова, Т. Х. Ткаченко, А. В. Федорченко, П. Ю. Фомичев // Вестн. Мос. ун-та. – Серия 5 : География. – М., 2016. – № 1. – С. 3–12.
7. Гладкая, Е. Ф. Игра как средство активизации познавательной деятельности студентов [Текст] / Е. Ф. Гладкая // Высшее образование в России. – М., 2018. – Т. 27. – № 10. – С. 161–167.
8. Цуркан, Н. В. Использование методов проблемного обучения для активизации познавательной деятельности студентов [Текст] / Н. В. Цуркан // Мир педагогики и психологии. – Нижний Новгород, 2019. – № 4 (33). – С. 49–56.

Разработка проблемы активизации познавательной деятельности учащихся в психолого-педагогических исследованиях

Романенко Р. Ю.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – д-р пед. наук,
доцент Е. В. Лопанова

Исследованием особенностей познавательной деятельности учащихся, дидактических закономерностей активизации познавательной деятельности, уровней познавательной активности, ее мотивационных характеристик, методов, приемов и форм активизации познавательной деятельности занимались многие психологи, дидакты и методисты. Она нашла свое отражение в работах А. М. Матюшкина [1], М. П. Михневич [2], Р. А. Низамова [3], И. Ф. Харламова [4]. Познавательная деятельность рассматривается названными исследователями не как раз и навсегда данное свойство личности, не как врожденное качество, а как сложнейший феномен, проявляющийся в отношении человека к познанию.

А. М. Матюшкин указывает, что «познавательная деятельность – это инициативное, действенное отношение учащихся к усвоению знаний, а также проявление интереса, самостоятельности и волевых усилий в обучении» [1, с. 12].

Сущность познавательной деятельности определяется как активное изучение человеком окружающей действительности, в процессе которого индивид приобретает знания, познает законы существования окружающего мира и учится не только взаимодействовать с ним, но и целенаправленно воздействовать на него[3].

Человек не может существовать в мире и не познавать его. Познавательная деятельность необходима человеку, чтобы он смог раскрыть заложенные в себе способности, найти свое место в жизни.

Множество работ отечественных педагогов рассматривают познавательную деятельность в контексте изучения проблемы активизации учебного процесса. Например, С. А. Ганина [5] и З. Я. Горностаева [6] исследовали проблему активизации мышления учащихся в процессе обучения, проанализировали проблему самостоятельной деятельности учащихся и сделали вывод, что самостоятельность является высшим уровнем деятельности.

В настоящее время существуют разные подходы к определению активизации познавательной деятельности. Познавательная деятельность, по мнению Т. Л. Павловец, это активное изучение человеком окружающей действительности, в процессе которого индивид приобретает знания, познает законы существования окружающего мира и учится не только взаимодействовать с ним, но и целенаправленно воздействовать на него [7].

И. Ф. Харламов утверждает, что в педагогике под активизацией познавательной деятельности понимают совокупность мер, предпринимаемых с целью повышения ее эффективности [8].

Сущность активизации познавательной деятельности, по словам А. М. Матюшкина, заключается в том, что учащийся под руководством учителя принимает участие в решении новых для него познавательных и практических задач в определенной системе, т. е. категорично выдвигается деятельностный подход к учебно-воспитательному процессу [1].

Г. И. Щукина трактует понятие «активизация познавательной деятельности» как «процесс активизации своей деятельности самими учащимися». Саморегуляция активной деятельности учащегося происходит в ситуациях, побуждающих его к самостоятельным ре-

шениям и действиям, к свободному выбору заданий, к творческой деятельности. В процессе активизации формируются ценнейшие свойства личности учащегося, его активный отклик на окружающее, его творческие устремления. Становление учащегося в качестве субъекта деятельности обеспечит его активную жизненную позицию [9]. В своих исследованиях Г. И. Щукина указывает на то, что основная деятельность младших школьников проявляется в познавательной деятельности в школе, причём эта деятельность является необходимым этапом подготовки молодых поколений к жизни [9].

Р. А. Низамова считает, что активизация познавательной деятельности – сознательное, целенаправленное выполнение умственной или физической работы, необходимой для овладения знаниями, умениями, навыками [3].

Результаты анализа и обобщения теоретических источников можно описать примерно так:

- вопрос о природе познавательной деятельности исследовался в истории гуманитарной науки давно и в самых разных аспектах;
- необходимыми характерными свойствами познавательной деятельности являются специфические компоненты:

а) мотивация;

б) получение удовлетворения от творчества.

Исходя из анализа научной литературы, очевидными являются следующие утверждения [7].

1. Далеко не всякие действия, формально связанные с обучением, свидетельствуют о высоком уровне познавательной деятельности.

2. Познавательная деятельность выражается в движении самой мотивации человека (и тем более младшего школьника) к освоению нового, непривычного, очевидно требующего труда и усилий для присоединения к имеющейся базе данных в долговременной памяти. Более того, если задача не вызывает ощущения сложности, является простым комментарием, частным случаем для применения уже имеющихся знаний и навыков, то она не имеет отношения к познавательной деятельности.

3. Для активной познавательной деятельности важно возникновение чувства именно самостоятельного эвристического поиска, даже в случае решения уже известной задачи.

Перечислим основные условия активизации познавательной деятельности.

1. Необходима яркая по сравнению со среднестатистическими показателями неудовлетворенность стереотипными ценностями обыденной жизни. Иными словами, если человек, и тем более младший школьник, искренне и в достаточной степени удовлетворен своей жизнью, достижение высокого уровня познавательной деятельности не будет подкреплено внутренней мотивацией.

2. Не всякая деятельность человека характеризует его стремление к познанию.

Познавательная деятельность характеризует еще и специфическое, и присущее далеко не всем, интеллектуальное бесстрашие, желание двигаться дальше в такие рассуждения, предчувствия и ассоциативные ряды, где сам термин «познание» становится далеко не бесспорным, где желание быть уже выше желания понять.

Библиографический список

1. Матюшкин, А. М. Психологическая структура, динамика и развитие познавательной деятельности [Текст] / А. М. Матюшкин // Вопросы психологии. – М. : Вопросы психологии, 2015. – № 4. – С. 5–17.

2. Михневич, М. П. Формирование познавательной деятельности учащихся в условиях дифференциации обучения [Текст] / М. П. Михневич. – М. : МГУ, 2015. – 128 с.

3. Низамов, Р. А. Активизация учебной деятельности учащихся [Текст] / Р. А. Низамов. – Казань : Татарское книжное изд-во, 2016. – 64 с.

4. Харламов, И. Ф. Как активизировать учение школьников [Текст] / И. Ф. Харламов. – Минск : Народная асвета, 2016. – 208 с.

5. Ганина, С. А. Модель развития творческой деятельности младших школьников в системе дополнительного образования [Текст] / С. А. Ганина // Вестн. Мос. гос. ун-та. Серия : Педагогика. – М. : Изд-во МГУ, 2015. – № 1. – С. 97–101.

6. Павловец, Т. Л. Познавательная деятельность как предмет психолого-педагогических исследований [Текст] / Т. Л. Павловец // Пачатковае навучанне: сям'я, дзіцячы сад, школа. – Минск, 2015. – Вып. 2. – С. 77 – 87.

7. Щукина, Г. И. Активизация познавательной деятельности учащихся в учебном процессе [Текст] / Г. И. Щукина. – М. : Просвещение, 2015. – 160 с.

8. Горностаева, З. Я. Проблема активизации познавательной деятельности [Текст] / З. Я. Горностаева // Открытая школа. – М. : Открытая школа, 2015. – №2. – С. 10–16.

9. Рубинштейн, С. Л. Основы общей психологии [Текст] / С. Л. Рубинштейн. – СПб. : Питер Ком, 2015. – 720 с

Формирование межличностных отношений как психолого-педагогическая проблема

Таскарина З. К.,

Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. пед. наук,
доцент Т. С. Котлярова

Межличностные отношения, по определению О. И. Даниленко, «это субъективно переживаемые связи между людьми, объективно проявляющиеся в характере и способах межличностного взаимодействия, т. е. взаимных влияний, оказываемых людьми друг на друга в процессе их совместной деятельности и общения» [1, с. 38].

Указанное выше определение означает, что межличностные отношения как отношения, в основе которых лежат непосредственные симпатия, антипатия, безразличие, представляют собой в первую очередь явление оценочное, эмоциональное и только потом – действительное.

Согласно концепции М. И. Лисиной, отношения являются не только результатом общения, но и его исходной предпосылкой, побудителем, вызывающим тот или иной вид взаимодействия. Отношения не только формируются, но и реализуются, проявляются во взаимодействии людей. Вместе с тем отношение к другому, в отличие от общения, далеко не всегда имеет внешние проявления. Отношение может проявляться и в отсутствии коммуникативных актов; его можно испытывать и к отсутствующему или даже вымышленному, идеальному персонажу; оно может существовать и на уровне сознания или внутренней душевной жизни (в форме переживаний, представлений, образов). М. И. Лисина выделяет три вида отношений: отношение к себе, отношение к другим людям и отношение к предметному миру [2].

В этой совокупности, которая составляет сущность личности, указанные три вида если не исчерпывают ее, то действительно считаются важнейшими. Три указанных вида отношений не изолированы друг от друга, а составляют именно «ансамбль»: мы познаем себя через других людей, а в других глядимся, как в зеркало. Через вещи относимся к человеку, а отношение к предметному миру опосредуем отношением к себе и другим людям.

Если общение осуществляется в тех или иных формах взаимодействия с помощью некоторых внешних средств, то отношение — это аспект внутренней, душевной жизни, это характеристика сознания, которая не предполагает фиксированных средств выражения. Но в реальной жизни отношение к другому человеку проявляется прежде всего в действиях, направленных на него, в том числе и в общении. Таким образом, отношения можно рассматривать как внутреннюю психологическую основу общения и взаимодействия людей.

По мнению Б. Ф. Ломова отношения — это «целостная система индивидуальных, избирательных, сознательных связей личности с различными сторонами объективной действительности» [3, с. 25].

Отношения людей основаны на двух противоречивых началах: объектном (предметном) и субъектном (личностном).

В первом типе отношений другой человек воспринимается как обстоятельство жизни человека; он является предметом сравнения с собой или использования в своих интересах [4].

В личностном типе отношений другой принципиально несводим к каким-либо конечным, определенным характеристикам; его «я» уникально, бесподобно (не имеет подобия) и бесценно (обладает абсолютной ценностью); он может быть только субъектом общения и обращения.

Личностное отношение порождает внутреннюю связь с другим и разные формы сопричастности (сопереживание, сорадование, содействие). Предметное начало задает границы собственного «я» и подчеркивает его отличие от других и обособленность, что порождает конкуренцию, соревновательность, отстаивание своих преимуществ.

В реальных человеческих отношениях эти два начала не могут существовать в чистом виде и постоянно «перетекают» одно в другое. Очевидно, что человек не может жить без сравнения себя с другим и использования других, но в то же время человеческие отношения не могут быть сведены только к соревнованию и взаимному использованию.

Главную проблему человеческих отношений составляет эта двойственность положения человека среди других людей, в которой человек слит с другими и изнутри приобщен к ним и в то же время постоянно оценивает их, сравнивает с собой и использует в собственных интересах.

И. Н. Макаренкова и Л. Ю. Новикова характеризуют взаимоотношения как внутреннее состояние человека, отражающее отношение людей друг к другу [5].

Следовательно, взаимоотношение (интеракция) в социально-педагогическом плане – аспект общения, проявляющийся в организации людьми взаимных действий, направленных на реализацию совместной деятельности, достижение определенной общей цели.

Человек, взаимодействуя с другими людьми, одновременно вступает в определенные конкретные связи и отношения с ними, с различными социальными группами, обществом в целом.

По мнению В. С. Агеева [6], в структуре интерактивного общения (взаимодействия) можно выделить две стороны: внутреннюю (содержательную) и внешнюю (формальную). Анализ исследований отечественных и зарубежных педагогов позволил сделать вывод о том, что для формирования личности необходимо ее включение в межличностное взаимодействие с другими людьми, в ходе которого будут устанавливаться определенные взаимоотношения.

Внутренней (содержательной) стороной взаимоотношений является совокупность отношений личности с социальной средой, которые можно рассматривать в двух аспектах: широком (социальном) и узком (межличностным). В широком смысле личность является субъектом многочисленных и разнообразных отношений. Эти отношения носят объективный характер: личность вступает в них независимо от их желаний и стремлений, симпатий или антипатий. В социальных отношениях отражаются существенные связи между различными сферами жизнедеятельности людей, которые выполняют в обществе определенные социальные функции (роли). Система этих функций определяет, регламентирует поведение лица в соответствии с определенными нормами, отражающими наиболее типичные общественно необходимые виды деятельности и способы их выполнения [4].

К числу основных факторов эффективности взаимоотношений между субъектами относятся:

- сходство главных ценностных ориентаций членов группы;
- ясность и определенность групповых целей;
- демократический стиль лидерства (руководства);
- -кооперативная взаимозависимость членов группы в процессе совместной деятельности;
- относительно небольшой объем группы;
- отсутствие конфликтующих между собой микрогрупп;
- престиж и традиции группы [7]

Показателями эффективности межличностных отношений являются [8]:

– уровень взаимных симпатий в межличностных отношениях (чем больше членов группы нравятся друг другу, тем выше ее сплоченность);

– степень привлекательности (полезности) группы для ее членов: она тем выше, чем больше число людей, удовлетворенных своим пребыванием в группе, – тех, для кого субъективная ценность приобретаемых благодаря группе преимуществ превышает значимость затрачиваемых усилий

Библиографический список

1. Даниленко, О. И. Методологические проблемы изучения культуры общения [Текст] / О. И. Даниленко. – М. : Наука, 2016. – 201 с.
2. Лисина, М. И. Личность и ее ценностные ориентации [Текст] / М. И. Лисина. – М. : Педагогика, 2015. – 163 с.
3. Ломов, Б. Ф. Проблема общения в психологии [Текст] / Б. Ф. Ломов. – М. : Наука, 2015. – 351 с.
4. Жуков, Ю. М. Диагностика и развитие компетентности в общении [Текст] / Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская, П. В. Растенников. – М. : МГУ, 2015. – 104 с.
5. Макаренкова, И. Н., Новикова, Л. Ю. Язык профессионального общения и формирование межкультурной компетенции [Текст] / И. Н. Макаренкова, Л. Ю. Новикова. – М. : Педагогика, 2016. – 215 с.
6. Агеев, В. С. Межгрупповое взаимодействие: Социально-психологические проблемы [Текст] / В. С. Агеев. – М. : МГУ, 2015. – 128 с.
7. Лисина, М. И. Проблема онтогенеза общения [Текст] / М. И. Лисина. – М. : Педагогика, 2015. – 143 с.
8. Киричук, А. В. Структура и динамика взаимоотношений в коллективе [Текст] / А. В. Киричук. – М. : 2015. – 149 с.

Анализ проблемы состояния здоровьесберегающей среды в дошкольном учреждении

Токмина О. В.,

Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – д-р пед. наук,
доцент С. В. Шмачилина-Цибенко

Одним из основных компонентов национального богатства любой страны является ее здоровая нация. Поэтому важно сохранять и укреплять здоровье подрастающего поколения. Это имеет большую

значимость для дальнейшего развития трудовой, активной деятельности общества.

Согласно определению Всемирной организации здравоохранения, «здоровье рассматривается как состояние полного физического, душевного и социального благополучия, а не только отсутствие болезней и физических дефектов» [1].

Значимость деятельности по сохранению и поддержанию здоровья детей в настоящее время отражена во многих документах международного и отечественного уровня. Так, статья 6 Конвенции о правах ребенка указывает, что каждый ребенок имеет право на жизнь и здоровое развитие [2]. В Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации» в статье 41 были определены основные направления по сохранению и укреплению здоровья обучающихся, а также по формированию потребности в здоровом образе жизни [3].

У детей в дошкольном возрасте формируется и закладывается фундамент психического и физического здоровья. Поэтому взрослый человек, на которого возложена ответственность по воспитанию ребенка, будь то родитель или воспитатель в детском саду, должен привить ребенку чувство ответственности за свое здоровье и научить его правильному образу жизни.

Эта нелегкая задача может и должна решаться в дошкольном учреждении путем разработки и реализации программ по здоровьесбережению. Успешный результат реализации этих программ зависит от системного подхода к решению указанной проблемы, который использует в своей работе дошкольное учреждение. Работа по данному направлению должна проводиться согласно разработанной и скоординированной политике, подкрепленной утвержденным комплексным планом действий учреждения.

Проблему сохранности здоровья детей следует рассматривать как проблему комплексного подхода к воспитанию детей которая в дошкольном учреждении решается через системное использование методов, приемов, технологий, организации здоровьесберегающей среды направленных на формирование личности ребенка.

Согласно определению, Т. В. Климовой, здоровьесберегающая среда по отношению к детям дошкольного возраста включает в себя комплексное пространство социально-гигиенических, психолого-педагогических, морально-этических, экологических, физкультурно-оздоровительных, образовательных системных мер, обеспечи-

вающих ребенку психическое и физическое благополучие, комфортную морально-нравственную и бытовую среду в семье и детском саду [2].

Анализируя это определение, можно сказать, что в это пространство включается все, с чем дети встречаются в течение дня пребывания в детском саду: образовательный процесс и деятельность в свободное время, окружающая среда, взаимоотношения с воспитателями, родителями и сверстниками.

Для успешного внедрения и функционирования здоровьесберегающей среды в дошкольном учреждении необходимо соблюдение некоторых требований. В первую очередь необходимо оптимизировать санитарно-гигиенические условия и рациональное распределение режима дня и учебной нагрузки детей. Для этого необходимо владение здоровьесберегающими образовательными технологиями.

Родоначальником данного понятия можно считать Н. К. Смирнова, который в своих трудах говорил, что это не что иное, как совокупность методов и форм такой организации процесса обучения, который бы не проводился в ущерб здоровью учащихся [4, с. 93].

Изучив толкование вышеуказанного понятия различных авторов, мы склоняемся к трактовке М. М. Безруких, которая считает, что здоровьесберегающие технологии – это «система мер по охране и укреплению здоровья детей, куда входят сама здоровьесберегающая инфраструктура образовательного учреждения, оптимальные условия жизни и деятельности детей в детском саду, полноценное питание и физкультурно-оздоровительная работа» [5, с. 8-9].

Однако М. М. Безруких отмечает тревожные тенденции последних лет, когда педагогические здоровьесберегающие технологии подменяют оздоравливающими технологиями медикаментозного характера (кислородные коктейли, сауна), которые с системой мер по охране и укреплению здоровья ничего общего не имеют. Они могут лишь быть дополнением к комплексу мер по здоровьесбережению и применяться под пристальным наблюдением медицинского работника и при отсутствии противопоказаний у ребенка [5].

Комплекс здоровьесберегающих мер имеет достаточно широкий спектр. Одним из составляющих может быть оформление пространства на прогулочных участках в дошкольном учреждении. Зеленые насаждения, экологические уголки, оборудованная тропа здоровья – все это благоприятно сказывается на физическом и психическом состоянии детей. Прогулочные участки целесообразно

оборудовать таким образом, чтобы они удовлетворяли потребность детей в движениях самого разного рода. На таких участках уместно применять такие здоровьесберегающие технологии, как корригирующая и ортопедическая гимнастики, подвижные и спортивные игры.

Подобные технологии представляют собой совокупность тех методов, приемов и принципов работы педагога, которые являются дополнением к традиционным педагогическим технологиям. Также необходимо данные технологии активно разрабатывать, усовершенствовать и применять на практике.

Изучив и проанализировав различные теоретические исследования, практические наработки педагогов дошкольных учреждений мы выделили несколько основных проблем в создании и функционировании здоровьесберегающей среды в дошкольном учреждении.

Так, Н. В. Третьякова, отмечает трудности, с которыми учреждения встречаются при реализации здоровьесберегающих мер, такие, как нехватка квалифицированных кадров, отсутствие системного подхода в работе, низкий уровень координации, а также недостаточные контроль и анализ, отсутствие взаимосвязи между специалистами, занимающимися здоровьесберегающей деятельностью, недостаточный уровень компетентности специалистов, необходимость специализированного обучения по вопросам здоровьесбережения, отсутствие стимулирования данного рода деятельности со стороны руководства, низкий уровень заинтересованности сотрудников учреждения, отсутствие в документах, регламентирующих деятельность сотрудников, указаний на функциональные обязанности, касающиеся здоровьесберегающей деятельности.

Проведенный нами эмпирический анализ деятельности педагогов-практиков показал недостаточный уровень использования здоровьесберегающих технологий в их работе. Показатель этого – слабая подготовленность воспитателей в области современной здоровьесберегающей среды. К тому же, термин «здоровьесберегающие технологии», появившийся в профессиональном лексиконе педагогов в последние годы, и по сей день понимается ими как комплекс неких санитарно-гигиенических мероприятий.

Также можно нередко заметить отсутствие взаимодействия между различными ведомствами по вопросу здоровьесбережения или формальный подход к сотрудничеству.

Поэтому, на наш взгляд, руководителям образовательных учреждений необходимо предусмотреть мероприятия повышения квалификации педагогов в области их методической и самообразовательной деятельности. Кроме того, требуется проработка локальных нормативных документов, разработка дорожной карты по здоровьесберегающему направлению, которая соответствовала бы современным научным представлениям, ожиданиям родителей и общества в целом.

Библиографический список

1. Всемирная организация здравоохранения. Устав (Конституция) : принят в г. Нью-Йорке 22.07.1946 [Электронный ресурс]. – URL: <https://base.garant.ru/2540328/> (дата обращения : 14.12.2020).
2. Филатов, Ф. Р. Основы психологии [Текст] : учеб. пособие / Ф. Р. Филатов. – Ростов-на-Дону : Наука-Пресс, 2006. – 656 с.
3. Российская Федерация. Законы. Об образовании в Российской Федерации : от 29.12.2012 № 273-ФЗ : принят Государственной Думой 21 декабря 2012 года [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (дата обращения : 14.12.2020).
4. Смирнов, Н. К. Руководство по здоровьесберегающей педагогике. Технологии здоровьесберегающего образования [Текст] / Н. К. Смирнов. – М. : АРКТИ, 2008. – 228 с.
5. Безруких, М. М. Здоровьесберегающие и оздоравливающие технологии в ДОУ [Текст] / М. М. Безруких // Детский сад от А до Я. – 2004. – № 3. – С. 8–9.

Теоретические аспекты проблемы развития самооценки и «я»-концепции в детском возрасте

Чижевский В. А.,
Омская гуманитарная академия
научный руководитель – канд. пед. наук,
доцент Н. В. Савина

Очень важным компонентом индивидуальности является самооценка личности, которая во многом определяет жизненные позиции человека, уровень его притязаний, всю систему оценок. Самооценка влияет на формирование стиля поведения и жизнедеятельность человека. В детском возрасте самооценка опосредует отноше-

ние ребенка к самому себе, интегрирует опыт его деятельности, общения с другими людьми [1]. Это важнейшая личностная инстанция, позволяющая контролировать собственную деятельность с точки зрения нормативных критериев, строить свое целостное поведение в соответствии с социальными нормами [2].

Самооценка интерпретируется как личностное образование, принимающее непосредственное участие в регуляции поведения и деятельности, как автономная характеристика личности, ее центральный компонент, формирующийся при активном участии самой личности и отражающий своеобразие ее внутреннего мира. Ведущая роль отводится самооценке в рамках исследования проблем самосознания: она характеризуется как стержень этого процесса, показатель индивидуального уровня его развития, его личностный аспект, органично включенный в процесс самопознания [4].

В качестве основных условий развития самооценки психологи выдвигают такие факторы, как общение с окружающими и собственная деятельность ребенка. В общении усваиваются формы, виды и критерии оценок, в индивидуальном опыте происходит их апробация, наполнение личностными смыслами.

Из оценок окружающих ребенок постепенно вычленяет критерии и способы оценивания другого и переносит их на себя. Наложение друг на друга критериев оценки и способов оценивания и порождает самооценивание как деятельность.

Для ранних этапов онтогенеза не менее важно также понимать, что образ самого себя формируется у детей в постоянном реальном соотношении с построением образа других людей [1]. Ведь чтобы выделить себя в мире, ребенку нужно отделить себя от близких людей – взрослых. И такая двусторонняя зависимость представлений «я» и «другие люди» постоянно сохраняется на всех последующих этапах развития [4].

В дошкольном детстве самооценка находится в стадии становления. Особенный интерес представляет собой этап 5–7 лет, когда начинает формироваться адекватная, дифференцированная самооценка. О. А. Белобрыкина связывает появление самооценки с возможностью обобщения отношений к окружающим и понимания своей ценности [3]. Оценка себя не существует изолированно от представления о самих оцениваемых качествах. Поэтому самооценку следует рассматривать в аспекте общего представления о себе.

Самооценка является центральным звеном произвольной саморегуляции, определяет направление и уровень активности человека, его отношение к миру, к людям, к самому себе. Представляет собой сложный по психологической природе феномен. Она включена во множество связей и отношений со всеми психическими образованиями личности и выступает в качестве важной детерминанты всех форм и видов ее деятельности и общения [2]. Истоки умения оценивать себя закладываются в раннем детстве, а развитие и совершенствование его происходит в течение всей жизни человека.

Имеется довольно большое число теоретических источников, рассматривающих различные аспекты проблемы самооценки. Вопросы ее онтогенеза, структуры, функций, возможностей направленного формирования обсуждаются в работах Л. И. Божович, И. С. Кона, М. И. Лисиной, Е. В. Прима, Д. Б. Эльконина и других психологов.

Значительный вклад в раскрытие проблемы возрастных особенностей детей младшего возраста внесли Б. Г. Ананьев, Е. Н. Васина.

Возрастное развитие представляет собой глобальные перестройки психики, касающиеся перехода к новым видам деятельности, новым системам отношений с окружающими, новому типу психического отражения.

Взаимосвязь этих двух видов развития состоит в том, что большое всегда начинается с малого, общее – с частного и совокупность частных изменений при условии, что они затрагивают три отмеченные стороны (деятельность, взаимоотношения, систему отражения), постепенно подготавливает переход психики на качественно новый уровень, новую возрастную ступень [2].

Именно в контексте определения своего места в социуме и рассматривается самооценка ребенка. Самооценка – это нравственная оценка своих собственных поступков, моральных качеств, убеждений, мотивов, одно из проявлений нравственного самосознания и совести личности. Способность к самооценке формируется в человеке в процессе его социализации, по мере сознательного усвоения им тех моральных принципов, которые вырабатываются обществом, и выявления своего личного отношения к собственным поступкам на основе оценок, даваемых этим поступкам окружающими [1]. Поэтому в рамках самооценки человек судит о моральном значении своей деятельности не просто от своего имени, а как бы

со стороны, от лица других людей, от имени группы, к которой он принадлежит и субъективно относит себя.

Самооценка и оценка со стороны других неразрывно связаны между собой. Можно сказать так: самооценка есть оценки других, принятые личностью в качестве масштаба собственного поведения, или, говоря по-другому, собственная оценка личности, которую она считает необходимой возвести во всеобщий масштаб. Благодаря способности к самооценке человек обретает возможность в значительной мере самостоятельно направлять и контролировать свои действия и даже воспитывать себя.

Ряд авторов считают, что на основе самопознания у человека вырабатывается определенное эмоционально-ценностное отношение к себе, которое выражается в самооценке.

Самооценка предполагает оценку своих способностей, психологических качеств и поступков, своих жизненных целей и возможностей их достижения, а также своего места среди других людей. Жизнь доказывает, что правильная самооценка, основанная на чувстве согласия с собой, имеет в основном неосознанный характер. Обстоятельства, сопровождающие нашу жизнь, на самом деле определяются фундаментальными убеждениями человека по поводу себя самого.

Самооценка связана с одной из центральных потребностей человека – потребностью в самоутверждении, которое определяется как отношение действительных достижений к тому, на что человек претендует, какие цели перед собой ставит, т. е. уровню притязаний. В своей практической деятельности человек обычно стремится к достижению таких результатов, которые согласуются с его самооценкой, способствуют ее укреплению, нормализации. Существенные изменения в самооценке появляются тогда, когда достижения связываются субъектом деятельности с наличием или отсутствием у него необходимых способностей [4].

Следовательно, функции самооценки и самоуважения психической жизни личности состоят в том, что они выступают в качестве внутренних условий регуляции поведения и деятельности человека. Благодаря включению самооценки в структуру мотивации деятельности личность постоянно соотносит свои возможности, психические ресурсы с целями и средствами деятельности.

Библиографический список

1. Кон, И. С. В поисках себя: Личность и ее самосознание [Текст] / И. С. Кон. – М. : Просвещение, 2014. – 218 с.
2. Лебеденко, Е. Н. Развитие самосознания и индивидуальности. Какой Я? Методическое руководство [Текст] / Е. Н. Лебеденко.- М. : Книголюб, 2015. – 64 с.
3. Лисина, М. И. Психология самопознания у школьников [Текст] / М. И. Лисина.- Кишинев: Штиинца, 2015. – 257 с.
4. Прима, Е. В. Развитие социальной уверенности у детей [Текст] / Е. В. Прима. – М. : АСТ-пресс, 2015. – 241 с.

Право в современной России

Способы повышения эффективности избирательного процесса

Горевая Е. В.,

Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. полит. наук,
доцент Е. В. Пыхтеева

В современном мире одной из самых важных сфер жизни общества является политология, однако, несмотря на различные попытки усовершенствовать избирательную систему, из года в год происходят различные вмешательства в процесс проведения выборов, что ведет к подрыву авторитета власти в глазах людей и к другим негативным последствиям. В связи с этим важно вводить новые способы повышения эффективности избирательного процесса.

Несмотря на то, что каждый год совершенствуется система защиты от вмешательства в выборы, количество нарушений все равно не уменьшается. К таким нарушениям можно отнести: 1) отказ кандидатам, желающим поучаствовать в выборах, различные попытки сокрытия информации о выборах, а также различные попытки дезинформации населения; 2) выход за установленные сроки агитации; 3) фальсификация результатов; 4) вбросы бюллетеней; 5) различные способы влияния на избирателей, такие, как подкупы, шантаж и давление.

Рассмотрев различные данные об этих нарушениях, можно сделать вывод, что одной из самых распространенных проблем является давление различных властей, начальства, которое требует от своих сотрудников, чтобы они проголосовали за определенного кандидата, закон или поправку, пользуясь своим положением и угрожая различными санкциями. Еще нарушениям можно отнести отказ УИК от сообщения информации о кандидатах.

Одним из самых частых нарушений, предаваемых огласке, как правило, благодаря присутствию наблюдателей, а также видеокамер, являются вбросы, из-за которых происходит расхождение реального количества пришедших избирателей с полученным, из-за чего завышается процент явки граждан для отдачи своего голоса.

Из таких проблем, как нарушения во время выборов, уже следуют различные негативные последствия, например потеря доверия к властям, низкая явка в связи с пониманием бесполезности участия не только в региональных выборах, но и в выборах в муниципальные органы государственной власти.

Одним из самых оптимальных решений для того, чтобы снизить количество нарушений во время избирательного процесса, на мой взгляд, является введение электронного голосования. К его преимуществам можно отнести следующее.

1. *Электронные бюллетени.* Эти документы будут находиться на электронных устройствах, и это значит, что они могут практически неограниченное время содержать в себе информацию об отданных избирателями голосах; в результате бумажные бюллетени становятся ненужными. Это привело бы не только к тому, что стало бы экономиться большое количество экономических ресурсов, таких, как затраты на печать. Еще данный способ голосования допускает функцию выбора языка, что очень удобно по сравнению с печатью бюллетеней на разных языках.

2. *Повышение уровня доступности,* в частности для людей с ограниченными возможностями передвижения или же людей, которые не хотят выходить из дома либо заняты. Данная система проста в использовании и позволяет подключать к себе различные дополнительные устройства, например наушники, джойстик и т. д.

3. *Использование криптографической системы,* которое позволит максимально точно определять количество голосов избирателей, т. к. там будут использоваться математические вычисления, информационные карты и электронные подписи. Однако в этом случае тоже есть возможность обойти систему, заставляя избирателей посредством подкупа или же запугивания отдавать свой голос за определенного кандидата. Еще один минус данной системы в том, что не гарантируется анонимность

4. *Возможность моментально обратиться в отдел поддержки* в случае допуска каких-либо ошибок при заполнении бюллетеня.

5. *Возможность выдачи талона о подтверждении процедуры голосования,* за счет чего избиратель может узнать, что его голос был учтен. Вдобавок к этому в талоне может быть указано общее количество проголосовавших.

Несмотря на множество плюсов данной избирательной системы, у нее имеются и свои недостатки. К ним можно отнести необходи-

мость постоянного совершенствования программного обеспечения, т. к. если у человека имеется определенное оборудование и знания, позволяющие обходить системы безопасности баз данных, то он сможет взломать систему и повлиять на результаты выборов. Также важно совершенствовать техническое обеспечение и в целях создания наилучших условий работы для сотрудников и предотвращения вмешательства уже со стороны работников.

Интернет-голосование – это уже более продвинутая система для голосования. Хотя при ее использовании определить голосовавшего пользователя практически невозможно, это можно отнести больше даже к плюсам этой системы, ведь таким образом никто не сможет нарушить анонимность пользователя и, соответственно, тайна голосования будет сохранена. Все это необходимо для осуществления принципа «один человек – один голос», для того чтобы не позволить одному и тому же избирателю голосовать более одного раза.

Для проведения такого голосования можно создать специальную интернет платформу или же предложить избирателям зарегистрироваться на портале «Государственные услуги», что позволит опознать личность человека, т. к. перед этим он уже был зарегистрирован в МФЦ. Также для подтверждения личности можно использовать и цифровую подпись.

Библиографический список

1. Российская Федерация. Законы. Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации [Электронный ресурс] : федеральный закон от 12.06.2002 № 67-ФЗ //КонсультантПлюс : справ.-прав. система. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37119/ (дата обращения : 12.12.2020)
2. Гриценко, Е. В. Обеспечение основных гарантий избирательных прав в условиях информатизации избирательного процесса [Текст] / Е. В. Гриценко // Конституционное и муниципальное право. – М. : Юрист, 2020. – № 5. – С. 41–49
3. Курячая, М. М. Электронное голосование как этап развития непосредственной демократии [Текст] / М. М. Курячая// Конституционное и муниципальное право. – М : Юрист, 2017. – №. 11 – С. 31–35
4. Христофорова, Е. И. Перспективы развития правового регулирования института наблюдателей в интернет-пространстве [Текст] / Е. И. Христофорова, Е. А. Соколова // Юридическая наука. – М. : КноРус, 2018. – №. 1 – С. 41–47

Экономические процессы в современном обществе

Оценка конкурентоспособности предприятия

Бейсембаев И. Н.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент С. П. Долженко

Процесс управления конкурентоспособностью предприятия является определенной областью знаний и профессиональной деятельности, суть которой заключается в формировании и гарантии обеспечения достижения поставленных целей, направленных на повышение конкурентоспособности предприятия.

Конкурентоспособность организации по структуре и содержанию представлена в качестве взаимообусловленного единства двух составляющих, а именно конкурентоспособности продукции и ресурсного потенциала предприятия.

Сущность конкурентоспособности предприятия заключается в совокупности трудового и научно-производственного потенциала, который способен создавать продукцию определенного уровня конкурентоспособности.

Одной из основных проблем является качество и конкурентоспособность товаров и услуг, предполагающее процесс формирования принципиально новых подходов к исследованию и проведению оценки этих аспектов.

Посредством анализа деятельности, осуществляемой предприятием относительно повышения его конкурентоспособности, предполагается проведение оценки того, какой уровень был достигнут при использовании существующего потенциала (имеется в виду организационный, научно-технический, производственно-технологический, социальный, финансово-экономический потенциал), а также общих результатов, полученных в ходе проведения хозяйственной деятельности, финансовых результатов и платежеспособности, эффективности производственной деятельности.

Необходимо обратить внимание на то, что у анализа конкурентоспособности предприятия много общего с анализом его хозяйственной деятельности.

В процессе анализа конкурентоспособности невозможно обойтись без многих показателей, которые используются при анализе производственно-хозяйственной деятельности организации.

Наряду с этим процессу анализа конкурентоспособности присущи черты специфического характера и соответствующие задачи.

Во-первых, речь идет об оценке конкурентоспособности предприятия, в частности об определении показателей конкурентоспособности предприятия, которое является исходным аспектом процесса, предусматривающего организацию производственно-хозяйственной деятельности в целом при существующих на сегодняшний день экономических условиях рынка.

Во-вторых, изучение конкурентоспособности должно носить непрерывный и систематический характер на всех стадиях жизненного цикла продукта. Такого рода подход предоставляет возможность своевременного принятия решения, касающегося оптимальных изменений товарного ассортимента, необходимости поиска новых рынков, проведения расширения и создания принципиально новых мощностей производственного характера, проведения процесса, предусматривающего разработку новых товаров либо модернизацию выпускаемых.

В-третьих, во время процесса оценки уровня конкурентоспособности предприятия возникает необходимость использования целого ряда критериев, анализ которых не принципиален при общей оценке производственно-хозяйственной деятельности предприятия. Данные показатели в первую очередь свидетельствуют о том, какова степень устойчивости положения предприятия, способность к выпуску продукции, которая пользуется спросом у потребителей и обеспечивает предприятию стабильную прибыль [1].

Проблема оценки конкурентоспособности предприятия сложная и комплексная, т. к. конкурентоспособность формируется из множества различных факторов.

Тем не менее данного рода оценка важна для предприятия, поскольку посредством ее осуществляется ряд мероприятий, в частности вырабатываются основные направления, задачей которых являются:

- создание и изготовление продукции, которая пользуется спросом у потребителей;

- проведение оценки перспективы реализации определенных видов изделий и формирование номенклатуры;

- установление цен на товары и т. п.

Выделяется пять групп показателей, посредством которых характеризуется тот или иной критерий конкурентоспособности [2].

Первую группу составляют показатели, которые характеризуют эффективность управления процессом производства, экономичность производственных затрат, рациональность эксплуатации основных фондов, совершенство технологии изготовления товара, организацию труда на производстве.

К второй группе относятся показатели, посредством которых отражается эффективность управления оборотными средствами, а именно показатели независимости предприятия от внешних источников финансирования, способности предприятия производить уплату своих долгов, возможности стабильного развития предприятия в будущем.

К третьей группе относятся показатели, которые предоставляют возможность получения представления о том, насколько высока эффективность процесса, предусматривающего управление сбытом и продвижение продукции на рынке с использованием средств рекламы и стимулирования.

К четвертой группе имеют непосредственное отношение показатели конкурентоспособности товара, а именно качество товара и его цена, доля на рынке и т. д.

Пятая группа включает в себя показатели, которые характеризуют деловую активность предприятия: это быстрота реакции на заказы, инвестиционная привлекательность и т. п.

Среди наиболее распространенных методов получения экспертных оценок возможно выделение:

- метода «Дельфы»;

- метода «снежного кома»;

- метода «дерева целей»;

- метода «комиссий круглого стола»;

- метода эвристического прогнозирования;

- матричного метода.

Коэффициент конкурентоспособности предприятия рассчитывается по формуле (1) [3]:

$$K_{\text{кп}} = K \times \text{ЭП} + K_2 \times \text{ФП} + K_3 \times \text{ЭП} + K_4 \times K_{\text{т}} + K \times K_{\text{д}}, \quad (1)$$

где $K_{\text{кп}}$ – коэффициент конкурентоспособности предприятия;

ЭП – значение критерия эффективности производственной деятельности предприятия;

ФП – значение критерия финансового положения предприятия;

ЭС – значение критерия эффективности организации сбыта и продвижения товара на рынке;

$K_{\text{т}}$ – значение критерия конкурентоспособности товара;

$K_{\text{д}}$ – значение критерия деловой активности предприятия;

K_1, K_2, K_3, K_4, K_5 – коэффициенты весомости критериев.

Расчет критериев конкурентоспособности предприятия производится по формуле (2):

$$K_{\text{рп}} = \sum a_i \times \Pi_i, \quad (2)$$

где $K_{\text{рп}}$ – критерий конкурентоспособности предприятия;

a_i – коэффициент весомости i -го единичного показателя, раскрывающего n -й критерий конкурентоспособности предприятия;

Π_i – значение i -го единичного показателя (в баллах), раскрывающего n -й критерий конкурентоспособности предприятия.

По сравнению с методами, которые были рассмотрены ранее, предложенная методика оценки конкурентоспособности охватывает все более существенные оценки хозяйственной деятельности промышленного предприятия, исключает дублирование отдельных показателей, предоставляет возможность быстрого получения объективной картины положения предприятия на отраслевом рынке.

Использование в процессе проведения оценки сравнения показателей одного предприятия за разные промежутки времени допускает применение этого метода в качестве варианта оперативного контроля над отдельными службами.

Результаты, полученные в ходе проведения анализа методов конкурентоспособности предприятий и продукции, являются подтверждением необходимости решения задачи по оценке конкурентоспособности предприятий в условиях рынка.

Вывод: важность обеспечения конкурентоспособности предприятия подтверждает необходимость в ее комплексной оценке с той целью, чтобы выявить возможные резервы по улучшению основных показателей его хозяйственной деятельности.

Библиографический список

1. Брулев, Е. С. Управление конкурентоспособностью предприятий [Текст]: учебник / Е. С. Брулев. – М. : Финансы и статистика, 2018 г. – 425 с.
2. Быков, В. А. Конкурентоспособность товара [Текст] : учеб. для вузов [Текст] / В. А. Быков. – М. : Научная Книга, 2018 г. – 208 с.
3. Дзахмишева, И. Ш. Методика оценки конкурентоспособности услуги в розничной торговой сети [Электронный ресурс] // Маркетинг в России и за рубежом. – М. : Финпресс, 2004. – № 3 . – URL: <http://www.mavriz.ru/articles/2004/3/205.html> (дата обращения : 12.12.2020)
4. Егорова, О. В. Проблемы оценки конкурентоспособности торговой организации [Текст] / О. В. Егорова, И. В. Маликов // Маркетинг и маркетинговые исследования. – М. : Изд. дом Гребенников, 2006. – С. 324–331.
5. Зорин, И. В. Конкурентоспособность предприятия [Текст] : учебник для вузов / И. В. Зорин, А. Н. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2019. – 393 с.
6. Иванова, Е. А. Оценка конкурентоспособности предприятия [Текст] : учебник для вузов / Е. А. Иванова. – М. : Феникс, 2019 г. – 304 с.
7. Лифиц, И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг [Текст] / И. М. Лифиц. – М. : ЮРАЙТ, 2019. – 221 с.
8. Сабденов, О. Б. Конкурентоспособность национальной экономики: критерии оценки и пути повышения [Текст]: учебник для вузов / О. Б. Сабденов. – Алматы : Экономика, 2019.- 175 с.

Основы стратегического конкурентного анализа

Бейсембаев И. Н.,

Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент С. П. Долженко

Понятие конкурентоспособности является комплексным и включает в себя множество составляющих. Так, например, конкурентоспособность компании может быть определена с точки зрения наличия у нее способности к ведению результативной экономической деятельности за счет наличия определенных конкурентных преимуществ (последние, как правило, обуславливаются факторами конкурентоспособности). В то же время конкурентоспособность компании отражает уровень эффективности использования находящихся в ее распоряжении ресурсов, прежде всего экономических, относительно их использования конкурентами [1].

Компании, конкурируя между собой в нестабильной внешней среде, должны следить не только за текущей внутренней обстанов-

кой, но и за развитием рынка в его среднесрочной перспективе. Стратегия – метод установления дисциплины на всех уровнях управления в компании. Планирование деятельности предприятия требует проведения прогнозирования и анализа экономической составляющей.

Для эффективной деятельности предприятию необходимо не только наличие стратегии, но и постоянный анализ имеющейся стратегии, анализ степени ее соответствия сложившимся условиям на рынке, поскольку без этого не возможны ни успешная деятельность, ни удержание стабильного конкурентного преимущества, что в современных рыночных условиях крайне важно для любого предприятия.

Изучение конкурентов не только дает компании представление о том, на каком рынке она работает, но и позволяет ей сравнить собственные показатели с показателями конкурентов. Такое сравнение весьма полезно, поскольку дает компании возможность определить, на каких направлениях она должна сосредоточить свои усилия и средства, чтобы добиться преимуществ перед конкурентами или ликвидировать свое отставание от них.

В условиях конкурентной борьбы и быстро меняющейся ситуации предприятия должны не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел, но и вырабатывать долгосрочную конкурентную стратегию поведения, которая позволяла бы им поспевать за изменениями, происходящими в их окружении. В сложившейся ситуации разработка удачной конкурентной стратегии предприятия становится залогом эффективной деятельности предприятия в условиях рынка.

Роль конкуренции в первую очередь связана с узловыми проблемами развития экономики. Здоровая конкуренция обеспечивает перелив капиталов от менее эффективных к более эффективным отраслям хозяйства и видам деятельности. Именно конкуренция в наши дни становится самой специфической и сильной составляющей рыночного механизма, служит оптимизации обмена и подчинению производства запросам потребителей.

Таким образом, конкурентная борьба зачастую выражается в борьбе за рынки сбыта товаров с целью получения более высоких доходов, прибыли и других выгод.

В наибольшей степени бизнес сталкивается с необходимостью стратегического планирования в условиях экономических кризисов.

Именно в таких условиях, становятся отчетливо видны все слабые стороны одних предприятий и сильные стороны других.

Однако и в стабильные годы современный рынок заставляет производителей думать о собственной конкурентоспособности и рациональном распределении внутренних ресурсов.

Обостренная конкурентная борьба практически на всех известных потребительских рынках заставляет хозяйствующие субъекты вести все более детальный анализ рыночной конъюнктуры и заглядывать все дальше в будущее в поиске новых конкурентных преимуществ.

Стратегия конкуренции представляет собой набор специфических шагов и подходов, которые фирма предпринимает или собирается предпринять с целью ведения успешной конкурентной борьбы в данной отрасли.

Разработка стратегии по завоеванию и сохранению конкурентных преимуществ является одной из ключевых функций в стратегическом развитии предприятия. Особенно важным конкурентное стратегическое планирование становится в условиях насыщенного рынка, где спрос удовлетворяется большим числом поставщиков.

Процесс стратегического выбора конкурентной стратегии представлен на рис. 1

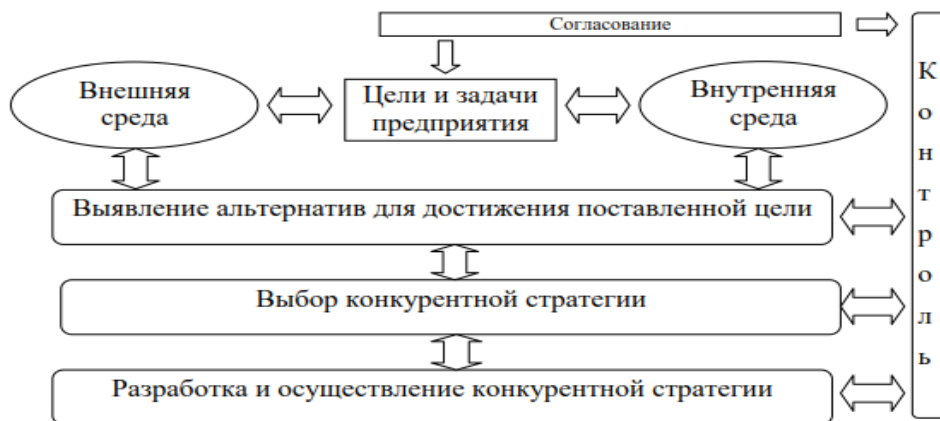


Рисунок 1 – Процесс стратегического выбора конкурентной стратегии [2]

Разработка конкурентной стратегии организации в условиях рыночной экономики ведется с учетом состояния конкурентных сил и исходя из позиций, которые она занимает в конкурентном окружении [3].

Следовательно, использование конкурентных стратегий позволяет предприятию выбрать оптимальные условия своего развития в соответствии со сложившимся состоянием внешней среды для получения устойчивой позиции относительно конкурентов.

Каждая исследуемая конкурентная позиция, разработанная на основе обширной теоретической и экспериментальной базы, по своему уникальна и неповторима, так же, как и неповторимо сочетание факторов внешней среды, оказывающих влияние на предприятие и его конкурентную позицию на рынке.

Поэтому на разных участках времени необходимо выбирать соответствующие индивидуальные конкурентные стратегии, динамично реагировать на изменения и эффективно добиваться поставленных задач.

Для того чтобы достичь поставленных стратегических целей, на предприятии постоянно должен осуществляться процесс диагностики соответствия конкурентной стратегии состоянию внешней среды и ее корректировка, что позволит предприятию выиграть в конкурентной борьбе.

Залогом победы в конкурентной борьбе является наличие у фирмы конкурентного преимущества, базирующегося на различных источниках. Конкурентное преимущество – понятие относительное. Оно определяется путем сравнения наиболее важных характеристик деятельности базовой фирмы с характеристиками ее конкурентов. Это обуславливает значимость проведения текущего конкурентного анализа, позволяющего определить конкурентные позиции базовой фирмы и ее соперников на основе оценки их индивидуальных характеристик.

Всесторонняя оценка положения фирмы в конкурентной среде должна быть проведена по всем функциям, подразделениям и направлениям деятельности. Одновременно достигается совокупность параметров конкурентного превосходства. Необходимо постоянно и целенаправленно проводить конкурентный анализ на предприятии, как текущий (для определения существующих конкурентов, выявления их сильных и слабых сторон и формирования на основании этого краткосрочной и среднесрочной программ конкретных действий предприятия), так и стратегический, позволяющий прогнозировать в более долгосрочной перспективе появление новых конкурентов.

Результаты такого рода прогнозного анализа конкурентной среды могут служить основой для формирования будущих конкурентных стратегий, дающих возможность предприятию осуществлять эффективное перспективное планирование своей деятельности на рынке.

Библиографический список

1. Егорова, О. В. Проблемы оценки конкурентоспособности торговой организации [Текст] / О. В. Егорова, И. В. Маликов // Маркетинг и маркетинговые исследования. – М. : Изд. дом Гребенников, 2006. – С. 324–331.
2. Акмаева, Р. И. Стратегическое планирование и стратегический менеджмент [Текст] : учебник для вузов / Р. И. Акмаева. – М. : Финансы и статистика, 2017. – 208с.
3. Ансофф, И. Стратегическое управление [Текст] : учеб. для вузов / И. Ансофф. – М. : Экономика, 2018. – 519 с.
4. Баринов, В. А. Экономика фирмы: стратегическое планирование [Текст] : учеб. для вузов / В. А. Баринов. – М. : КНОРУС, 2019. – 240 с.
5. Брулев, Е. С. Управление конкурентоспособностью предприятий [Текст] : учебник / Е. С. Брулев. – М. : Финансы и статистика, 2018 г. – 425 с.
6. Быков, В. А. Конкурентоспособность товара [Текст] : учеб. для вузов [Текст] / В. А. Быков. – М. : Научная Книга, 2018 г. – 208 с.
7. Дзахмишева, И. Ш. Методика оценки конкурентоспособности услуги в розничной торговой сети [Электронный ресурс] // Маркетинг в России и за рубежом. – М. : Финпресс, 2004. – № 3 . – URL: <http://www.mavriz.ru/articles/2004/3/205.html> (дата обращения : 12.12.2020)
8. Зорин, И. В. Конкурентоспособность предприятия [Текст] : учебник для вузов / И. В. Зорин, А. Н. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2019. – 393 с.
9. Иванова, Е. А. Оценка конкурентоспособности предприятия [Текст] : учебник для вузов / Е. А. Иванова. – М. : Феникс, 2019 г. – 304 с.
10. Лифиц, И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг [Текст] / И. М. Лифиц. – М. : ЮРАЙТ, 2019. – 221 с.

Эффективность использования ресурсов АО «Банк Центркредит»

Гринь Л. В.,

Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент Н. О. Герасимова

В современной рыночной экономике коммерческая организация – это субъект с правом собственности, созданный не только для получения максимально высокой прибыли, но и в первую очередь для решения макроэкономических задач.

Конечным результатом деятельности любой организации в условиях современной экономической и финансовой структуры является удовлетворений потребностей общества. На этом этапе наиболее важной задачей для организаций в современной экономике является обеспечить максимальный результат при минимальных за-

тратах. Поэтому для юридического лица вопрос эффективности ресурсов является наиболее важным [1].

Ресурсы организаций – это совокупность ресурсов, используемых в процессе своей деятельности, которая включает в себя природные, трудовые, финансовые, капитальные, информационные ресурсы.

Состав и структура ресурсов организации зависит от формы и вида ее деятельности.

Вопрос эффективности использования ресурсов для корпораций – вопрос очень важный и сложный, т. к. все используемые ресурсы, независимо от сферы деятельности, в процессе использования переходят в материальные затраты, которые занимают около 70 % в общей стоимости затрат субъектов. Материальные затраты являются основным фактором, влияющим на результативность любой организации [2].

Результат использования ресурсов корпораций выражается через показатели эффективности, при которых результат соотносится с используемым фактором [3].

Под эффективностью в современной экономике принято понимать максимизацию прибыли при минимальных затратах.

Проблема эффективности – это важная проблема не только на микро-, но и макроуровне; над ней работало немало экономистов. В условиях ограниченности ресурсов эта проблема все острее встает перед всеми субъектами современной экономики.

Основные ресурсы корпорации включают в себя трудовые, материальные, ОПФ, финансовые ресурсы и пр.

Специфика ресурсов, изучаемых в данной статье, определяет вид деятельности анализируемой организации. Объектом исследования является АО «Банк ЦентрКредит». Банковская система является одной из важнейших структур рыночной экономики, которая выступает в качестве посредника между всеми экономическими субъектами.

Состав и структура ресурсов данной организации отличается спецификой формирования ресурсов, использования и эффективности использования.

В данной работе более подробно хотелось бы остановиться на изучении наиболее важного ресурса организации, который в современной экономике Казахстана занимает важную позицию не только

в банковской деятельности, но и во всех направлениях деятельности коммерческих организаций [4].

Эффективность ресурсов банков второго уровня можно рассматривать через призму эффекта, через эффективность использования ресурсов, которые обеспечивают реализацию главной цели: с одной стороны, качество банковских услуг, с другой – получение прибыли.

В статье изучены особенности банковских ресурсов, методы анализа эффективности использования ресурсов организации, резервы повышения эффективности ресурсов банка второго уровня.

Анализ банковских ресурсов анализируемого субъекта показывает, что в данный момент деятельность АО «Банк ЦентрКредит» осуществляется в направлении формирования резервного капитала, анализ отчета о движении денежных средств в период 2018–2019 гг., свидетельствует как об увеличении доли резервного капитала внутри банка, так и об участии в формировании резерва в НБ РК.

В качестве экспертов для анализа эффективности использования данного вида ресурсов были привлечены главный бухгалтер и финансовый директор АО «Банк ЦентрКредит».

Важным анализируемым вопросом является обоснование экономической эффективности использования привлеченного капитала банка, т. к. обеспечение и обновление данного вида ресурса является достаточно трудоемким и затратным проектом для банка, которое влечет за собой большие капитальные вложения, учитывая рынок; кроме этого, в разработке данного проекта участвуют не только банк-эмитент, но и инвесторы [5].

По мнению экспертной группы обеспеченность АО «Банк ЦентрКредит» собственными ресурсами составляет 90 %. А эффективность использования ресурсов составляет 106 % на начало 2020 г. Учитывая процент обеспеченности собственными ресурсами, директором банка было принято решение о привлечении краткосрочных нотов НБ РК.

Проблема обеспечения необходимыми ресурсами не столь важна, как проблема эффективного их использования. Теория экономики показывает, что есть два пути использования ресурсов: интенсивный и экстенсивный. Поэтому приобретение дополнительных единиц ресурсов – это еще не гарантия эффективного использования. Результат использования будет зависеть от реализации про-

грамм эффективного использования, субъектами которых будут являться не только банк-эмитент, но и инвесторы.

Инвесторы – это субъекты, которые в первую очередь будут обеспечивать эффективность использования всех ресурсов банка.

Апробация элементов анализа эффективности использования банковских ресурсов дала следующий результат:

- методика использования показателей качества банковских услуг, через реализацию современных банковских продуктов;
- проводить динамический анализ деловой активности АО «Банк ЦентрКредит» систематически на начало и конец анализируемого периода, отслеживать результаты повышения эффективности;
- оценка степени достижений банка.

Практика анализа и апробация аналитических процедур относительно банковских ресурсов организации показывают, что это наиболее сложный элемент всей совокупности ресурсов коммерческих организаций, т. к. в основе аналитических процедур находится привлеченный капитал – денежные средства вкладчиков.

В завершении анализа ресурсов корпорации можно сделать вывод о том, что вся их совокупность обеспечивает эффективность деятельности организации, а своевременно проведенная оценка эффективности позволяет повысить уровень деловой активности организации.

Библиографический список

1. Коршунов, В. В. Экономика организации (предприятия) [Текст] : учебник и практикум. – 3-е изд., перераб. и доп. / В. В. Коршунов. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 407 с.
2. Иванов, Г. Г. Экономика организации (торговля) [Текст] : учебник / Г. Г. Иванов. – М. : ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2017. – 352 с.
3. Коробко, В. И. Охрана труда [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. «Экономика и управление на предприятии», «Менеджмент организации», «Государственное и муниципальное управление» / В. И. Коробко. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 239 с.
4. Коршунов, В. В. Экономика организации (предприятия) [Текст] : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / В. В. Коршунов.. – 3-е изд., пер. и доп. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 407 с.
5. Ключкова, Е. Н. Экономика организации [Текст] : учебник для СПО / Е. Н. Ключкова, В. И. Кузнецов, Т. Е. Платонова. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 447 с.
6. Кнышова, Е. Н. Экономика организации [Текст] : учебник / Е. Н. Кнышова, Е. Е. Панфилова. – М. : ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2017. – 336 с.

Диагностика состояния конкуренции на рынке потребительских товаров

Крылова А. В.,

Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент Н. Е. Алексеев

Конкуренция является ключевым элементом всей системы рыночного хозяйства, стремление превзойти других побуждает к конкурентной борьбе. Конкуренция показывает, как можно эффективнее осуществлять производство товаров и услуг. Она способствует вытеснению из производства неэффективных предприятий, более рациональному распределению и использованию ресурсов, устраняет диктат производителей по отношению к потребителю. В этом выражается положительная роль конкуренции в общественном развитии и эффективность конкурентных рынков.

Для оценки конкурентоспособности предприятия нужно провести анализ состояния конкуренции на рынке, выявить тип структуры конкурентной среды. Условия деятельности хозяйствующего субъекта, а также его конкурентоспособность определяются прошлыми, настоящими и будущими состояниями элементов конкурентной среды и внешней среды макро- и микроуровней.

Наиболее распространены и имеют широкое применение на практике в различных отраслях и сферах деятельности модель М. Портера, PEST-анализ и SWOT-анализ. С помощью данных моделей возможно не только выявить состояние конкурентной среды в какой-либо отрасли, но и получить общее представление о конкурентном состоянии фирмы и ее конкурентоспособности.

Конкурентоспособность фирмы зависит не только от степени развития конкуренции на самом рынке, но и от конкурентных сил, концепция которых была предложена М. Портером (рис. 1) [1].

Последовательность этапов анализа степени влияния поставщиков начинается с определения наиболее значимых, к которым относятся поставщики материально-технических ресурсов, включая финансовые ресурсы, электроэнергию, информационные ресурсы, квалифицированные кадры и основные фонды [1].



Рисунок 1 – Пять конкурентных сил М. Портера [1, с. 38]

Выявляется доля каждого поставщика ресурсов в общем объеме, цены и качество поставляемых ресурсов. Проводится анализ степени конкуренции на рынке поставщиков с целью поиска других организаций, поставляющих идентичные ресурсы по наиболее выгодным ценам, либо анализируется возможность снижения объемов потребления.

Анализ потребительского влияния на деятельность для достижения главной стратегической цели начинается с определения типа рынка потребителей. Далее проводится анализ предлагаемого ассортимента ряда продукции и услуг, определяется его ширина, глубина и степень уникальности или стандартности товаров [2].

Анализ степени конкурентной борьбы между имеющимися конкурентами состоит в выявлении наиболее значимых конкурентов, которыми являются хозяйствующие субъекты, имеющие примерно одинаковые доли целевого рынка, качество товаров, уровень обслуживания, условия торговли, объем затрат на товаропродвижение, инновации [2].

Диагностика конкурентной среды является одним из важнейших составляющих всего процесса маркетинговых исследований и включает в себя следующие этапы:

- определение потенциальных конкурентов на данном рынке;
- сбор информации;
- обработка стоимостных и финансовых показателей;
- определение типа выбранного рынка;
- расчет основных рыночных показателей;
- определение рыночных долей фирм;

- расчет интенсивности конкуренции;
- расчет степени монополизации рынка;
- анализ динамики рыночных долей;
- построение конкурентной карты рынка;
- выявление стратегических положений фирм;
- прогнозирование стратегии конкуренции.

Результатом диагностики конкуренции на рынке может служить построение «конкурентной карты». Она позволяет определить типовые стратегические положения фирмы. Для построения карты необходимо рассчитать рыночную долю фирмы (S) и темп ее прироста (Ts) по следующим формулам:

$$S = V / V_m \quad (1)$$

где S – рыночная доля фирмы;
V – потенциальные ресурсы фирмы;
V_m – объем рынка;

$$T_s = (S' - S) / S \quad (2)$$

где T_s – темп прироста рыночной доли;
S' – значение рыночной доли на конец анализируемого периода;
S – значение рыночной доли на конец базисного периода [3].

На основе этих данных фирмы распределяются на 16 групп в зависимости от полученных значений (табл. 1).

Таблица 1 – Конкурентная карта рынка [2, с. 45]

Классификация по темпу роста рыночной доли, T _s	Классификация по рыночной доле, S			
	I Лидер	II Сильная конкурентная позиция	III Слабая конкурентная позиция	IV Аутсайдер
I Быстрое улучшение конкурентной позиции	1	5	9	13
II Улучшение конкурентной позиции	2	6	10	14
III Ухудшение конкурентной позиции	3	7	11	15
IV Быстрое ухудшение конкурентной позиции	4	8	12	16

С помощью данной карты можно достаточно точно определить соотношение сил на рынке и выявить первоочередные маркетинговые задачи по изменению положения фирмы на рынке, установить потенциальных конкурентов, выработать рекомендации по формированию конкурентной стратегии.

Таким образом, можно сделать вывод, что приоритетной стратегией поведения фирм в условиях жесткой конкуренции должна стать стратегия повышения качества товаров и экономии ресурсов у их потребителей, следовательно, для повышения качества системы необходимо сначала повышать качество стратегического маркетинга и обоснованность нормативов конкурентоспособности будущих товаров.

Библиографический список

1. Портер, М. Конкуренция / М. Портер ; [пер. с англ. О. Л. Пелявского и др.]. – М. [и др.] : Вильямс, 2005. – 602 с.
2. Блэкуэлл, Р. Поведение потребителей : учебник / Р. Блэкуэлл, П. Миниард, Дж. Энджел ; [пер. с англ. Е. Колотвина, Л. Круглов-Морозов]. – 10-е изд. – М. [и др.] : Питер, 2007 (СПб. : Техническая книга). – 943 с.
3. Мошнов, В. А. Комплексная оценка конкурентоспособности [Электронный ресурс] / В. А. Мошнов. – URL: https://www.cfin.ru/management/strategy/estimate_competitiveness.shtml (дата обращения : 15.12.2020)

Сущность финансового анализа и его роль в управлении деятельностью коммерческого предприятия

Крылова А. В.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент Н. Е. Алексеев

В нынешних условиях развития экономики и активизации индустриальных компаний, огромное значение приобретает анализ финансов и операций с ними на предприятии. Роль такого анализа выражается в первую очередь тогда, когда вырабатываются и принимаются административные решения, связанные с размещением финансовых ресурсов и организации транзакций между контрагентами.

Методика осуществления анализа финансов включает три взаимозависимые группы:

- анализ финансовых результатов;
- анализ финансового состояния;
- общая оценка итогов финансового анализа [1].

Структура анализа финансов, его функция и значимость в руководстве предприятием представлены на рис. 1.



Рисунок 1– Главные компоненты и важнейшие направления реализации финансового анализа (по данным из [1])

Как наука финансовый анализ исследует финансовые отношения. Его суть описывается предметами, показывающими на предприятии его финансовое состояние.

Финансовый анализ – инструмент изучения финансового функционирования коммерческого предприятия, процедур образования и эксплуатации финансовых ресурсов для их быстрого капиталовложения – становится частью полного изучения бизнес-процессов предприятия и достиг на сегодняшний день довольно значимой и совершенно самостоятельной величины [2]. На рис. 2 представлены объекты финансового анализа коммерческого предприятия.



Рисунок 2 – Объекты финансового анализа коммерческого предприятия (по данным из [2])

В сегодняшней теории и структуре финансового анализа надлежит учитывать нижеследующие моменты:

- 1) целевой характер анализа;
- 2) вид собственности и организационно-правовой формы учреждения;
- 3) взаимоотношения со структурой налогообложения;
- 4) политика финансово-хозяйственного прогресса;
- 5) своеобразные качества, корпоративная или отраслевая принадлежность;
- 6) существование информационной и материальной базы, высококвалифицированных кадров для выполнения аналитических исследований [3].

Сущность и главная цель анализа финансов – оценка финансовой ситуации и открытие путей увеличения результативности действий хозяйствующего субъекта благодаря обоснованной политике в сфере финансов.

Исследование финансового состояния предприятия преследует несколько целей:

- определение положения предприятия в сфере финансов;

- обнаружение изменений в финансовом состоянии в определенный промежуток времени;
- раскрытие главных причин, влекущих к изменениям в сфере финансов;
- мониторинг важнейших направлений в развитии финансового состояния.

Финансовое положение предприятия устанавливается обеспеченностью капиталом, особенностью активов, ликвидностью баланса, результативностью работы и уровнем менеджмента.

Результативность большего числа административных решений оценивается с участием финансовых данных, следовательно, анализ финансов служит пунктом, действием и ведущим условием надежности, результативности и качества административных заключений в процессе работы коммерческого предприятия.

Библиографический список

1. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Электронный ресурс] : учебник / Г. В. Савицкая. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : ИНФРА-М., 2013 г. – URL: <https://www.booksite.ru/localtxt/gla/fira/vik/ent/text.pdf> (дата обращения : 18.12.2020)
2. Ефимова, О. В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений [Текст] : учебник для подготовки магистров, обучающихся по специальностям «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансы и кредит», «Мировая экономика» / О. В. Ефимова. – 4-е изд., испр. и доп. – М. : Омега-Л, 2013. – 348 с.
3. Ковалев, В. В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности [Текст] / В. В. Ковалев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Финансы и статистика, 1998. – 511 с.

Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства

Ничкова К. М.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент Е. К. Кузнецова

Нельзя отрицать высокую роль малых и средних предприятий в мировой экономике. Малое и среднее предпринимательство (МСП) имеет огромное влияние как на ВВП страны, так и на создание но-

вых рабочих мест. Развитие МСП повышает конкуренцию, вследствие чего постепенно внедряются новые технологии. Особенность малого и среднего бизнеса заключается в том, что он очень быстро реагирует на изменения в рыночной среде. Не смотря на то, что малый бизнес может быть достаточно гибким и мобильным, он остается таким же уязвимым, как и средний.

МСП производит около 25,0 % от общего оборота продукции и услуг по стране. Доля внутреннего валового продукта (ВВП) России, занимаемая малым и средним предпринимательством, составляет 21,9 %. Но нужно отметить, что обеспеченность основными средствами данных предприятий является довольно низкой, колеблющейся на уровне 5,0–6,0 % [1].

В нынешних условиях развития экономики и ситуации в мире состояние и развитие малого и среднего предпринимательства претерпевает еще большие трудности. Данная ситуация связана также с недостаточной эффективностью государственных мер по его поддержке. Совершенствование всей системы государственной поддержки МСП является на сегодняшний день немаловажным фактором успешного развития малого и среднего бизнеса на территории РФ.

Механизм государственной поддержки малого и среднего предпринимательства определяется как совокупность связанных между собой инструментов, методов организации и управления, а также элементов, которые обеспечивают функционирование системы господдержки МСП. Данный механизм должен осуществляться непосредственно под влиянием конкретных задач, которые ставит перед собой государство.

Основным инструментом, используемым при осуществлении государственной поддержки МСП, является программа федерального, регионального, отраслевого и муниципального уровня, направленная на поддержку и развитие предпринимательской деятельности. Руководство государственной политикой осуществляет Министерство РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства в лице Департамента поддержки малого предпринимательства. Финансовое управление реализуется посредством Федерального фонда поддержки малого предпринимательства (ФФПМП). На сегодняшний день система фондов включает в себя Федеральный фонд (ФФПМП) и 75 региональных фондов, из которых 24 фонда учреждены с участием ФФПМП.

Механизм государственной поддержки малого и среднего бизнеса обычно производится двумя способами: прямым содействием, а также с помощью косвенных каналов стимулирования. К прямому способу относят субвенции, безвозвратные кредиты, бюджетное финансирование. К косвенным методам относят льготы и налоговую политику.

Построим следующую классификацию форм и методов поддержки малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации (рис. 1).



Рисунок 3 – Формы и методы поддержки малого предпринимательства

В наиболее развитых странах МСП является неотъемлемой и важной частью экономики. Доля МСП составляет более 50,0 % ВВП множества зарубежных стран, а также в МСП создается от 50,0 % до 70,0 % рабочих мест для населения (рис. 2).

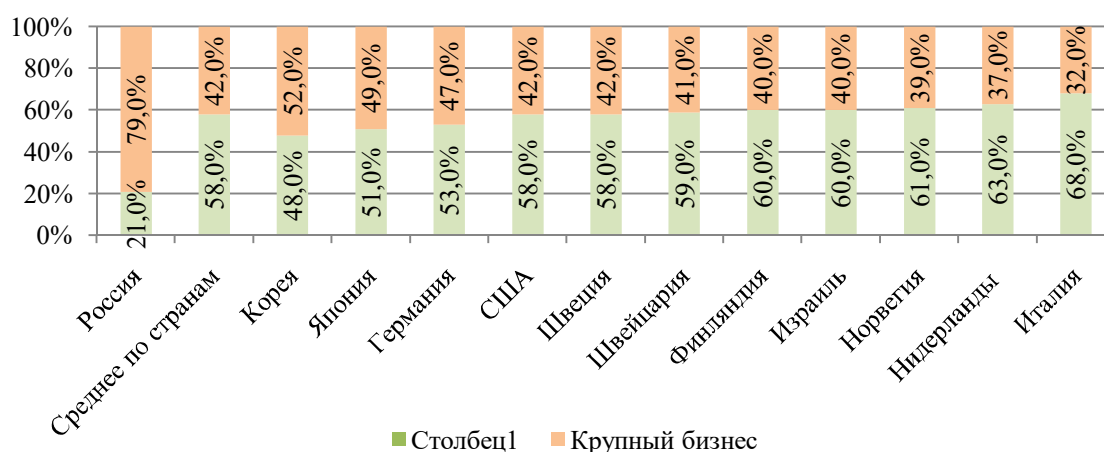


Рисунок 2 – Доля малых и средних предприятий в ВВП различных стран за 2019 г.

По удельному показателю, который характеризует долю сектора МСП в экономике, Россия довольно сильно уступает другим странам. Из-за различия в статистических методах подсчета показателей МСП в России и за рубежом затруднено проведение корректного сопоставления данных секторов. Основными показателями, по которым определяют принадлежность организации к малому или среднему бизнесу являются численность работников и величина дохода. Однако, если брать в расчет только показатель численности работников, Организация Экономического Сотрудничества и Развития (ОЭСР) позволяет довольно точно выделить сектор МСП для сравнения с российским. Но в то же время вычленить отдельно макро-, малый и средний бизнес, чтобы сопоставить с Россией довольно трудно. Сопоставим страны по доле работников, занятых в секторе МСП (рис. 3).

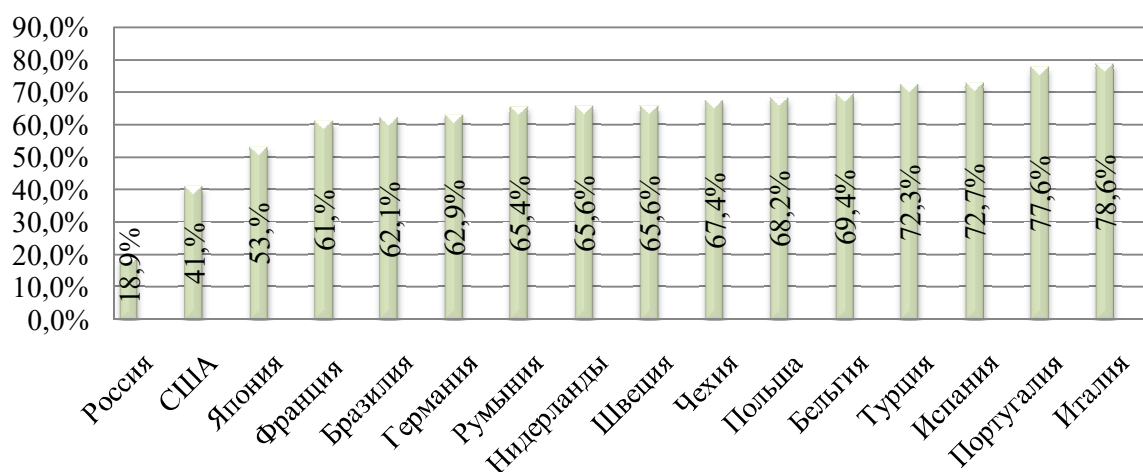


Рисунок 3 – Доля работников в секторе МСП по странам за 2019 г.

Приведенный выше рисунок указывает на существенное отставание российской экономики от зарубежных стран. Как можно увидеть, в России лишь одна пятая всех занятых участвует в секторе МСП, во многих же странах, за исключением США, эта доля превышает половину занятых. Во многом данное отставание связано с тем, что в России большинство предприятий все же относятся к макропредприятиям. Также стоит отметить, что за рубежом обычно государство имеет большую заинтересованность в том, чтобы предпринимательство имело успех и устойчивое развитие.

Кратко рассмотрим государственную зарубежную политику в области поддержки МСП. В каждой отдельной стране образован свой орган, осуществляющий государственную поддержку МСП. В США это SBA, в Великобритании – SBS, в Германии – DG VIII, в Японии – METI, в Польше – Департамент ремесленничества, малого и среднего предпринимательства. Полномочия и функции данных органов чем-то схожи, но есть и разница. И она заключается в иерархии подчиненности в каждом отдельном ведомстве, а также во взаимодействии ведомств между собой [3, с. 229].

Немаловажной также является оценка эффективности проводимой государственной поддержки. Существуют различные нормативно-правовые акты, описывающие показатели оценки, но по нашему мнению, в российской и западной литературе данные показатели рассмотрены более полно и подробно. Так, например научные труды Н. П. Ильиной отражают следующие показатели: обобщающий показатель бюджетной эффективности региональной программы, долю малых предприятий в налоговых доходах бюджета, плотность малых предприятий в регионе, долю работающих в секторе малого предпринимательства в экономически активном населении региона [2, с. 115].

Зарубежные авторы выделяют в целевых комплексных программах систему PART (Program Assessment Rating Tool), которая используется правительством США и позволяет осуществлять мониторинг и оценку эффективности господдержки [4, с. 60]. По данным исследования, проведенного в 2018 г., более 40,0 % государственных программ поддержки МСП, оцененных посредством системы PART, были названы безрезультатными [5, с. 389].

Библиографический список

1. Сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gks.ru/> (дата доступа : 20.12.2020)
2. Ильина, Н. П. Методические подходы к оценке эффективности поддержки малого предпринимательства [Текст] // Н. П. Ильина. – Российский экономический журнал. – М., 2017. – № 7. – С. 113–118.
3. Adaman F., Devine P. Reconsideration of the Theory of Entrepreneurship: a participatory approach. Review of Political Economy, 2017, vol. 14, no. 3, pp. 229–355.
4. Fuller T., Moran P. Small enterprises as complex adaptive systems: a methodological question? Entrepreneurship & Regional Development, 2016, vol. 1, no. 13, pp. 47–63.
5. Sternberg R. Innovation Networks and Regional Development – Evidence from the European Regional Innovation Survey (ERIS): Theoretical Concepts, Methodological Approaches, Empirical Basis and Introduction to the Theme Issue. European Planning Studies, 2017, vol. 8, no. 4, pp. 389–395.

Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства на территории муниципального образования «город Покачи»

Ничкова К. М.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент Е. К. Кузнецова

В современных нестабильных социально-экономических и политических условиях появляется множество угроз для малого и среднего бизнеса в целом в РФ и по всему миру. Малый бизнес остро чувствует колебания рынка, отвечая на это изменением численности предприятий и работников. Из-за высокой уязвимости для МСП наиболее важно получать своевременную поддержку от государства.

На данный момент система господдержки предприятий носит больше общий характер, по этой причине появляется дисбаланс между программами поддержки предпринимательства и актуальной потребностью последнего в конкретных видах целевых программ. Поэтому поддержание МСП является одной из наибо-

лее важных проблем российской экономики. Важно то, что доля ВВП нашей страны, приходящаяся на сектор МСП, составляет меньше 25,0 % [5, с. 542–547].

В России уровень развития МСП не соответствует имеющемуся потенциалу, что тормозит решение проблем экономического и социального характера, которые влияют на уровень жизни населения страны в целом [4, с. 381–383]. За 2014–2020 гг. объем гарантийной поддержки МСП составил 327 млрд руб. Объем финансовой поддержки с гарантийной поддержкой составил 410 млрд руб., а количество вновь созданных рабочих мест составило 29 тыс. [2]. В настоящее время развитию МСП в России мешают многие негативные явления.

1. Несовершенство действующего законодательства и противоречия в нормативно-правовом регулировании.

2. Наличие большого количества административных барьеров, неблагоприятная предпринимательская среда, постоянное и необоснованное вмешательство властей всех уровней в дела МСП.

3. Отсутствие имущественной, информационной и кадровой поддержки МСП.

4. Ограниченные возможности доступа к инновационным технологиям.

5. Ограниченный доступ к источникам финансирования, неблагоприятный режим кредитования, особенно для новых фирм [3, с. 45].

6. Отсутствие механизмов налаживания вертикальных и горизонтальных связей между субъектами МСП, как на уровне регионов, так и между регионами.

7. Мировые экономические кризисы.

Относительно состояния МСП в г. Покачи можно сказать, что в 2020 г. осуществляют деятельность 563 субъекта МСП, из них 476 индивидуальных предпринимателей (ИП), 76 микропредприятий, 10 малых предприятий и 1 среднее предприятие. Общее количество действующих субъектов малого предпринимательства в городе в 2020 г. уменьшилось на 21,4 % по сравнению с предыдущим периодом [1].

В табл. 1 представлены показатели, характеризующие деятельность МСП на территории г. Покачи.

Таблица 1 – Показатели, характеризующие деятельность МСП на территории муниципального образования «город Покачи» за 2017–2019 гг.

Наименование	2017	2018	2019	2019 в % к 2017	2019 в % к 2018
Средняя численность работающих в малом и среднем предпринимательстве, чел.	2 858	2 594	1 985	–30,5	–23,5
в т. ч. на малых предприятиях, чел.	1 257	1 105	958	–23,8	–13,3
Инвестиции малого и среднего предпринимательства в основной капитал, млн. руб.	781	645	526	–32,7	–18,4
в т. ч. малых предприятий, тыс. руб.	289	237	199	–31,1	–16,0
Оборот малого и среднего бизнеса, млн руб.	580	513	460	–20,7	–10,3
в т. ч. оборот малых предприятий, млн руб.	153	124	89	–41,8	–28,2

По итогам расчетов в табл. 1 можно сделать вывод о том, что в МСП на территории г. Покачи происходит общее снижение численности работников. Так, в 2019 г. в сравнении с 2017 г. средняя численность работников, занятых на предприятиях МСП снизилась на 30,5 %. Также численность работников, занятых на малых предприятиях, в 2019 г. снизилась в сравнении с 2017 г. на 23,5 %. Инвестиции в основной капитал также показали ежегодное уменьшение, в 2018 г. на 32,7 %, затем, в 2019 г., на 18,4 %. Постепенно наблюдается снижение оборота МСП: в 2018 г. данное снижение составило 20,7 %, в 2019 г. произошло снижение на 10,3 %. Основная проблема, с которой по-прежнему сталкивается малый бизнес на территории города Покачи – высокий уровень конкуренции в сфере розничной торговли, созданный наличием магазинов федеральных торговых сетей. Также проблемы, приведенные выше, относительно МСП относятся также и к муниципальному образованию «город Покачи».

Исходя из показателей, характеризующих состояние МСП в г. Покачи, стало понятно, что город остро нуждается в государствен-

ной поддержке. Программа призвана объединить усилия органов местного самоуправления и организаций, составляющих городскую инфраструктуру поддержки субъектов МСП, в целях повышения качества жизни населения.

После изучения программы «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства на территории города Покачи на 2016–2020 годы»[3], можно сделать вывод, что из федерального бюджета за период 2016–2020 гг. не было выделено финансовых средств на поддержание субъектов МСП, также в 2017 г. из бюджета автономного округа не было выделено средств на поддержание субъектов МСП. На развитие молодежного предпринимательства всего за 5 лет осуществления программы было выделено 55 978,95 руб. из местного бюджета. На компенсацию аренды помещений и консалтинг всего эти годы было выделено 45 657,89 руб. из местного бюджета. На финансовую поддержку МСП по обязательной и добровольной сертификации всего эти годы было выделено 13 831,58 руб. из местного бюджета. На финансовую поддержку организаций, осуществляющих работу в муниципальных образованиях автономного округа, всего за 5 лет было выделено 14 763,16 руб. из местного бюджета.

Таким образом, мы можем видеть отрицательную динамику относительно выделяемых средств на поддержку МСП. Данная динамика негативно сказывается на общем состоянии и количестве субъектов малого и среднего предпринимательства на рынке. В 2020 г. можно отметить очень низкую сумму выделенных средств, которая составила 38 750 руб.

Уполномоченный орган г. Покачи по определению поставщиков для органов местного самоуправления в условиях централизованных закупок в сфере закупок осуществляет реализацию программ по поддержке МСП с помощью госзакупок, торгов. По итогам проведенных торгов заключено 111 муниципальных контрактов на общую сумму 318 331 854,56 руб., при этом общая экономия бюджетных средств составила 13 080 207,82 руб.

В ходе реализации муниципальной программы «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства на территории города Покачи на 2016–2020 годы» осуществлялось:

- предоставление финансовой поддержки в виде субсидий и грантов субъектам МСП в рамках муниципальной программы;

- предоставление грантовой поддержки от Фонда поддержки предпринимательства Югры;
- проведение публичных мероприятий;
- проведение обучающих с целью повышения уровня знаний субъектов МСП;
- предоставление информационно-консультационной поддержки МСП.

Ежегодные субсидии, выдаваемые субъектам малого и среднего бизнеса от органов местного самоуправления, распределяются по следующим направлениям:

- 1) возмещение части затрат по приобретению оборудования (основных средств) и лицензионных ПО;
- 2) возмещение части затрат, связанных с прохождением курсов повышения квалификации сотрудниками;
- 3) возмещение части затрат на аренду нежилых помещений;
- 4) возмещение части затрат на приобретение сырья, расходных материалов и инструментов, необходимых для производства продукции и изделий народных художественных промыслов и ремесел.

В рамках изменения и отмены местных налогов и сборов были приняты некоторые решения Думы г. Покачи, которые позволили:

- привести нормативные правовые акты в соответствие с действующим на момент их принятия законодательством;
- обеспечить постепенный рост налоговой нагрузки на субъекты МСП в период с 2017 по 2021 г.;
- осуществить финансовую поддержку социально ориентированным некоммерческим организациям г. Покачи путем установления дополнительных видов деятельности, на которые предоставляются льготы по земельному налогу.

Библиографический список

1. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. – URL: <https://ofd.nalog.ru/index.html/> (дата обращения : 11.12.2020)
2. Финансовая поддержка субъектов МСП [Электронный ресурс]. URL: http://adm.alekseevka.ru/media/site_platform_media/2020/3/12/.pdf (дата обращения : 11.12.2020)
3. Дедул, А. Малый бизнес России: Достижения, проблемы, перспективы [Текст: учебник / А. Дедул. – М. : Власть, 2017. – 412 с.

4. Пашаева, С. С. Проблемы кредитования сегмента МСБ в России [Электронный ресурс] / С. С. Пашаева // Научный электронный журнал «Меридиан». – 2020. – № 7. – С. 381–383. – URL: <http://meridian-journal.ru/site/article?id=3388> (дата обращения : 11.12.2020)

5. Шарыпова, Т. Н. Поддержание малого и среднего бизнеса в России [Текст] / Т. Н. Шарыпова, Д. С. Чигрина // Аллея науки. – Томск : Quantum, 2019. – № 1. – С. 542–547.

Методы оценки персонала

Оконешникова Д. Ю.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент С. М. Ильченко

Уже долгие годы подбор персонала играет важную роль в деятельности каждой организации. Правильно подобранные сотрудники – ключ к процветанию предприятия. В связи с этим возникает вопрос: как же подобрать персонал таким образом, чтобы организация не просто держалась на плаву, а могла успешно развиваться? Для помощи в этом вопросе существуют специально обученные люди – HR-менеджеры. Данная профессия в современном понимании появилась относительно недавно, во второй половине XX в. Работая с людьми, они разрабатывают и применяют различные способы тестирования и выявления специалистов. На данный момент существует несколько основных способов подбора и оценки персонала среди HR-менеджеров.

Подход к оценке персонала осуществляется такими видами методов, как качественные, количественные и смешанные.

Качественные методы

Качественный метод позволяет определить преимущество персонала без использования количественных показателей. В основном этот метод заключается в проведении различных собеседований и интервью. Перечислим основные методы, относящиеся к качественной оценке персонала.

1. *Матричный метод.* Основная суть этого метода заключается в сравнении профессиональных качеств определенного сотрудника

с качествами идеальной модели человека, работающего на определенной специальности [2].

2. *Метод «360 градусов»*. Данный метод является крайне распространенным, поскольку благодаря ему можно получить разностороннюю оценку испытуемого. Данный метод заключается в оценивании сотрудников их коллегами, начальством и непосредственно самими сотрудниками [1].

3. *Оценка выполненных задач*. Этот метод позволяет оценить сотрудника по выполненной работе в целом и насколько сотрудник способен выполнять поставленные перед ним цели и задачи [2].

4. *Метод системы произвольных характеристик*. Руководитель выделяет самые значимые достижения, а также самые серьезные нарушения сотрудника и на основе их сопоставления производится оценка качества работы сотрудника [1].

Количественные методы

Результаты данного метода выражаются в цифрах, что делает его более объективным. Обозначим различные варианты применения количественного метода.

1. *Метод балльной оценки*. Каждому сотруднику по итогам выполняемой работы выставляется оценка по заранее представленной системе оценивания, после чего подводятся итоги за определенные периоды (квартал, полугодие, год), в ходе их подведения выявляются лучшие и худшие сотрудники [3].

2. *Ранговый метод*. Группа менеджеров составляет рейтинг среди сотрудников по критериям эффективности их работы, после чего сверяют позиции, на которых находятся сотрудники, и тех, кто занимают низшие позиции, перемещают на менее значимую должность либо увольняют [3].

3. *Метод свободной балльной оценки*. Этот способ представляет собой оценку сотрудников специальными экспертами, при этом оценивается не только результат работы, но и различные персональные качества, после чего полученные баллы суммируются, и, как при применении предыдущего метода, составляется рейтинг работников [3].

Комбинированные методы

Применение комбинированных методов является наиболее удачным при оценке работы персонала, поскольку они позволяют изучить все аспекты, влияющие на деятельность, а также продуктивность работы сотрудников.

1. *Управление по целям.* Позволяет оценивать сотрудников по результатам выполнения конкретно поставленных задач [1].

2. *Метод сравнительной анкеты.* В данном методе, как и в матричном, используется модель идеального работника, только в этом методе идеал представляется в виде определенной шкалы характеристик, по которой оценивают всех сотрудников [3].

3. *Метод группировки.* Суть данного метода заключается в группировке сотрудников по результатам их работы [3].

Оценка персонала крайне важный этап в деятельности любой организации. Данный процесс позволяет понять, нужную ли должность занимает сотрудник, какой результат работы для определенного человека является максимально возможным, в какой сфере возможности раскроются наилучшим образом, принесут успех в деятельности организации, а также поспособствуют самореализации сотрудников на рабочем месте. Многие HR-специалисты при работе с персоналом используют не только общепринятые методы оценки, но и различные психологические тесты, выявляющие темперамент, способность взаимодействовать с другими, умение выходить из сложных ситуаций и т. д. Использование таких методов позволяет определить, в какой среде человек сможет работать, что будет способствовать его продуктивности. Например, есть люди, которые не могут работать в уединении, и общение с коллегами вдохновляет их на успехи в работе. Если же поместить такого сотрудника в отдельный кабинет, исключив возможность общения с другими, можно заметить значительное снижение продуктивности.

Примеры некоторых тестов, которые используют при оценке персонала.

Тестирование DISC

Данное тестирование позволяет выявить индивидуальные особенности типа личности сотрудника, способы взаимодействия с другими людьми, его способность принимать решения, предрасположенность к руководству и т. д.

Тестирование Trimetrix HD

Исследование затрагивает по 4 направления: стиль поведения, мотивация, проницательность, компетенции. Данное тестирование проводится с целью более точного описания способностей и навыков сотрудников.

Тестирование «Эмоциональный интеллект»

Анализ эмоционального интеллекта позволяет изучить эмоции, понять намерения, мотивацию и желания тестируемого, а также умение управлять своими эмоциями и эмоциями других людей для решения поставленных задач [4].

Специалисты по подбору персонала используют все эти методы на практике. Какие-то из них результативные, какие-то не совсем – трудно сказать, какой метод оценки персонала будет универсальным и подойдет всем; это зависит как от сферы деятельности организации, так и от коллектива, работающего в ней. Необходимо заметить, что важно также самим работникам уметь оценивать свою деятельность и объективно рассматривать ее результаты. Только проведение оценки персонала позволяет создать продуктивно работающую структуру, наиболее эффективно распределить трудовые ресурсы компании, а также повысить работоспособность сотрудников. Постоянный контроль и возможности, которые открываются перед каждым сотрудником в результате оценки его работы, позволяют оптимизировать работу каждого члена коллектива, стимулируют к выполнению трудовых обязанностей с большим рвением.

Как уже упоминалось ранее, данные методы оценки персонала универсальны и используются в большинстве случаев, но что же можно сказать о сфере государственной и муниципальной службы? Какие методы используются в данном, достаточно обширном, направлении?

Данная сфера является достаточно специфичной в области трудовых отношений, поскольку она не рассматривается как наемный труд с целью получения материальной выгоды. Государственная и муниципальная служба предполагает служение государству, исполнение гражданского долга, ведь не зря работники этой области называются служащими. Но так или иначе в любой области необходима оценка персонала. Следует заметить, что, в отличие от оценки работников предприятий, оценка деятельности государственных служащих является недостаточно развитой.

Основные направления оценки государственного и гражданского служащего зафиксированы в федеральном законе «О государственной гражданской службе Российской Федерации» от 27.07.2004 N 79-ФЗ. В данном правовом акте указано, что замещение вакантных должностей гражданской службы проходит на конкурсной основе, а основные способы оценки деятельности – это аттестация и

проведение квалификационных экзаменов. Аттестация проводится раз в 4 года либо в конце каждого года по соглашению обеих сторон, для подведения итогов аттестации назначается специальная комиссия. Конечно, аттестация является успешным способом проверки профессиональных знаний и качеств, оценкой способностей к выполнению поставленных задач, но она не дает цельного представления о сотруднике. Федеральный закон, указанный выше, не запрещает использование дополнительных методов оценки служащих, но к сожалению, крайне мало случаев их применения.

В качестве дополнительного способа оценки государственного служащего можно предложить метод «Управление по целям», поскольку данный метод позволяет оценивать работы по выполнению поставленных целей и задач, а качественное выполнение задач является одним из важнейших аспектов государственной и муниципальной службы. Так же крайне интересно было бы наблюдать применение рангового метода: вероятно, использование этого метода способствовало бы появлению не только возможности более быстрого продвижения по службе, но и страха потери занимаемой должности.

В заключение можно сказать, что существование множества методов оценки персонала не гарантирует их успешное применение, как это можно заметить на примере государственной и муниципальной службы. Возможно в ближайшее время появятся более совершенные и универсальные методы, которые будут активно использоваться и в этой области, потому что именно правильно подобранные работники позволяют достичь поставленных целей и решить поставленные задачи.

Библиографический список

1. Захарова, Т. И. Оценка персонала : учеб. пособие [Текст] / Т. И. Захарова, Д. Е. Стюрина. — М. : Евразийский открытый институт, 2011. — 168 с. —
2. NeoHR [Электронный ресурс] – URL: https://neohr.ru/recenzii/article_post/otsenka-personala-16-metodov-kotoryye-dolzhen-znat-kazhdyu (дата обращения : 10.12.2020)
3. Петрова, Ю. А. 10 критериев оценки персонала [Текст] / Ю. А. Петрова, Е. Б. Спиридонова. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2013. — 105 с.
4. Ассоциация бизнес-мастерства [Электронный ресурс] – URL: <https://abmgroup.ru/psychotesting/> (дата обращения : 10.12.2020)
5. HR-Portal [Электронный ресурс]. – URL: <https://hr-portal.ru/article/sistemy-i-metody-ocenki-personala> (дата обращения : 10.12.2020)

Перспективы использования event-marketing в сфере HoReCa

Подтуркин А. Э.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент С. М. Ильченко

Ивент-маркетинг – один из наиболее эффективных способов привлечения потребителя, поскольку он не является навязчивым и выделяет объект среди конкурентов в медиа пространстве. Наиболее точное определение: ивент-маркетинг – это комплекс маркетинговых мероприятий, направленный на продвижение продукта или компании в привязке к определенному событию. Чаще всего это всемирно известные мероприятия либо события, созданные специально для кампании, например тематические флешмобы, ярмарки, выставки, дегустации, открытые показы.

Ивент-маркетинг имеет ряд достоинств по сравнению с другими маркетинговыми инструментами:

- способствует созданию или поддержанию положительного имиджа компании;
- обеспечивает большой охват целевой аудитории компании;
- дает возможность наглядно продемонстрировать положительные качества товара или продукта;
- дает возможность получения быстрой обратной связи от целевой аудитории.

Так же имеются и недостатки:

- сложность в организации event-мероприятий;
- невозможность контролирования исходящей информации;
- большие финансовые затраты на организацию.

В связи со спецификой данного инструмента маркетинговой коммуникации, возникают сложности с применением его в некоторых отраслях, к примеру в производстве табака и алкоголя. Открытая демонстрация данных товаров запрещена законодательством РФ. Есть области рынка, для которых ивент-маркетинг подходит наилучшим образом и позволяет реализовать большинство требуемых задач [1].

Ивент-маркетинг успешно реализуется в следующих отраслях.

Сельскохозяйственная деятельность. Ежегодно проводятся выставки, ярмарки, дегустации, к примеру такие, как «Золотая сотка», «День поля», «МинводыАгро», «АгроЭкспоСибирь» и т. д. Ивент-маркетинг отлично подходит для данной отрасли, поскольку появляется возможность взаимодействовать с большим количеством аудитории и получать обратную связь на месте.

Автомобильная промышленность. Автовыставки – один из лучших способов продвижения в данной отрасли, поскольку есть возможность демонстрации всех положительных качеств, нововведений. У покупателя появляется возможность тактильно ощутить качество материалов, и удобство комплектующих, и технические характеристики презентуемых транспортных средств.

Продовольственная продукция. По всему миру ежегодно проводятся выставки и ярмарки продовольственных товаров, на которых различные производители могут представить свою продукцию. Для этой категории товаров важно дать возможность потребителю ознакомиться с продукцией, попробовать ее, узнать больше о способах приготовления и используемых ингредиентах.

На данный момент есть сегменты рынка, в которых ивент-маркетинг не используется или используется частично либо не в полной мере; к ним можно отнести сегмент HoReCa. Это связано с тем, что зачастую целевая аудитория сегмента HoReCa формируется самостоятельно: потребитель сам выбирает товар или услугу, и мнение формируется после приобретения. Поскольку потребители зачастую консервативны и им сложно сменить любимый отель или ресторан без особой нужды, появляется возможность использования ивент-маркетинга. Именно для стимулирования принятия этого решения и подойдет такой инструмент, поскольку он дает возможность попробовать что-то новое, не прибегая к финансовым тратам, привлекает потребителя. В гастрономической сфере ивент-маркетинг используется относительно недавно: по всему миру проводятся гастрономические фестивали, которые приковывают внимание миллионов потребителей. Данные мероприятия, хоть и относятся к сфере HoReCa, но мало занимаются продвижением заведений и скорее направлены на продвижение конкретных личностей, к примеру шеф поваров, барменов. К таким мероприятиям можно отнести World Gourmet Summit, Bocuse d'Or», Flemish Food Fest» и т. д.

В перспективе при правильной организации, ивент-маркетинг может привлечь огромную аудиторию к конкретному заведению или сети заведений, поскольку для привлечения потребителей достаточно красивой подачи, качества исполнения и хорошего сервиса.

Во многих городах проходят открытые фестивали или ярмарки, на которых заведения могут выставлять свою продукцию для продажи или бесплатной дегустации. Но поскольку данные мероприятия зачастую организовываются администрацией города, существует строгий регламент их проведения, а также есть возможность участия всех желающих, что, в свою очередь, приводит к огромной конкуренции. Участие в крупных городских ивентах влечет за собой вероятность затеряться среди множества конкурентов, кроме того, есть риск, что потребитель за время проведения ивента не успеет ознакомиться с вашей продукцией.

Для успешной реализации потенциала ивент-маркетинга как инструмента привлечения потребителя требуется осуществлять организацию мероприятий непосредственно руководством заведений, которые требуется прорекламирровать [2]. Ивент, который проводится конкретной организацией, исключает конкуренцию, что позволяет потребителю, ознакомиться со всем ассортиментом, который предлагает заведение. Проведение ивента в сфере HoReCa может не только привлечь рядового потребителя, но и поспособствовать сотрудничеству с другими компаниями, к примеру привлечь внимание офисных работников, для которых может быть специальное меню со сниженными ценами, поскольку покупка товаров или услуг будет осуществляться на постоянной основе и в больших количествах.

Для проведения успешного ивента существует несколько простых правил.

1. Изначально следует установить четкие цели и задачи ивента, к примеру привлечение новой аудитории, поддержание интереса старой аудитории, информирование о новинках или новых условиях и т. д. [3].

2. Планирование – важный этап при подготовке ивента: важно правильно оценить возможности организации, составить смету, до минуты расписать все планируемые мероприятия, назначить людей, ответственных за их организацию.

3. Прогнозирование рисков. Поскольку ивенты зачастую проводятся под открытым небом, следует учесть погодные условия и подготовить ряд действий на случай их изменений. Поскольку ивент –

это массовое мероприятие, следует продумать решение конфликтных ситуаций, назначить ответственных людей, которые будут следить за публикой и разрешать такие ситуации [4].

4. Мелочи. Атмосфера вашего ивента складывается из мелочей: украшений, музыкального сопровождения – из всего этого составляется имидж организации.

5. Маркетинговая составляющая. Одним из важнейших пунктов ивента является его реклама. Рекламную кампанию ивента следует начинать задолго до его проведения, поскольку проведение ивента – это большие финансовые и ресурсные вложения, которые будут потрачены впустую, если не будет набрано нужное количество людей.

6. Сервис. Важно правильно подобрать команду для проведения ивента, поскольку впечатление, которое останется после проведения ивента, останется надолго в головах потребителей. Стоит заранее несколько раз полностью прорепетировать все мероприятия.

7. Важным аспектом является получение обратной связи от потребителей, следует получить их мнение по поводу ивента: что понравилось и запомнилось и какие были недочеты.

Как итог, ивент-маркетинг в сфере HoReCa довольно перспективный инструмент, который позволит привлечь большую аудиторию и на месте выяснить свои положительные и отрицательные качества для дальнейшего развития организации.

Библиографический список

1. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст] : учебник / Е. И. Мазилкина. – 2-е изд. – М. : Дашков и К, 2017. – 300 с.

2. Румянцев, Д., Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий [Текст] / Д. Румянцев, Н. Франкель. – СПб. : Питер, 2018. – 320 с.

3. Романцев, А. Н. Event-маркетинг: сущность и особенности организации [Текст] : практ. пособие / А. Н. Романцев. – М. : Дашков и К, 2017. 116 с.

4. Мелкиян, О. М. Поведение потребителей [Текст] : учебник / О. М. Мелкиян. – 4-е изд. – М. : Дашков и К., 2018. – 280 с.

Методы нематериальной мотивации труда персонала

Сидоренко О. Ю.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент С. М. Ильченко

Эффективно управлять персоналом невозможно без системы мотивации, которая определяет взаимоотношения сотрудников и компании.

Мотивированный персонал – это залог успеха работы организации. Составление эффективной системы стимулов является одной из самых сложных задач руководителя. Для этого в первую очередь необходимо выявить реальные потребности сотрудников. Зачастую вопрос состоит в том, как найти правильное соотношение материального и нематериального стимулирования труда персонала.

На сегодняшний день в каждой российской организации существует своя система мотивации труда работников. Но каждая из этих систем имеет свои достоинства, делающие ее функционирование полезным а также недостатки, которые не позволяют полностью реализовать потенциал работников предприятия и приостанавливают компанию в развитии.

Отечественные руководители считают единственным стимулом для продуктивной работы достойную оплату труда, основанную на фиксированных тарифных ставках и окладах. Однако зарубежный опыт мотивации персонала опровергает такой односторонний, упрощенный подход. Разумеется, слепое копирование практики стран Западной Европы или Японии – не лучшее решение, однако отдельные элементы системы мотивации и поощрения вполне применимы и в России.

Российские работодатели чаще всего ставят знак равенства между уровнем зарплаты и уровнем вовлеченности сотрудника в рабочий процесс. Конечно, «цена вопроса» стоит на первом месте, волонтеров и энтузиастов, готовых трудиться за идею – единицы. Но и упрощать идею до того, что сотрудник приходит на работу только из-за зарплаты, как минимум недальновидно. Простой, казалось бы, прием: оплатить сотрудникам абонемент в спортзал или организо-

вать курсы иностранного языка в офисе – отлично работает на укрепление мотивации и повышает лояльность коллектива.

Методы и способы мотивации в зарубежных компаниях более разнообразны, чем в российских. Западный подход сочетает финансовые, материальные и нематериальные стимулы. Опыт показывает, что отношение персонала к обязанностям служит зеркальным отражением отношения работодателя к персоналу. «Любимый» сотрудник работает эффективней, а трудоспособность персонала – залог успешного бизнеса.

Самые яркие модели мотивации персонала разрабатывают и успешно внедряют компании в Японии, Германии, Великобритании, Франции, Швеции. Разберемся, какая система мотивации наиболее эффективна, на чем концентрируют внимание зарубежные руководители и как применить передовой опыт в российских реалиях.

Основной принцип мотивации, которого придерживаются руководители японских корпораций: чем больше стаж, тем выше должность и размер зарплаты. Это означает, что карьерный рост напрямую зависит от длительности работы на фирму. Профессиональные способности, квалификация, личные качества работника важны, но без соответствующего стажа вертикальное движение в компании невозможно. Более того, переход на новое место работы «обнуляет» прошлые заслуги, а получить руководящую должность может только «свой» сотрудник.

Виды поощрений в японской системе мотивации, помимо роста заработной платы, включают:

- премии и бонусы, которые выплачиваются минимум раз в полугодие;
- оплату расходов на дорогу в офис и домой;
- медицинскую страховку для работника и его семьи;
- частичную оплату жилья;
- займы для приобретения недвижимости;
- обучение в вузах Японии, а также Европы и США;
- повышение квалификации без отрыва от основного места работы.

Подход к мотивации в американских компаниях основан на поощрении активности персонала. Успехи американской модели мотивации обусловлены ориентированностью американцев на личный успех и достижение высокого уровня благосостояния.

Компании в разных странах по всему миру берут опыт США за основу ведения бизнеса, где сотрудники мотивированы на эффективное исполнение обязанностей. Из американской практики в Россию перекочевали термины HR (от англ. Human Resource – человеческие ресурсы) и «корпоративная этика». В 1960-е гг. в США были разработаны основы управления человеческими ресурсами, системы материального стимулирования и нематериальной мотивации работников, методы повышения лояльности персонала.

Кроме гибкой системы оплаты труда для американских компаний характерным является использование нематериальных способов мотивации работников. Персоналу компании, как правило, доступны:

- медицинская страховка, которую оплачивает работодатель;
- курсы повышения квалификации;
- бесплатные обеды;
- корпоративные праздники;
- совместные поездки.

Американские компании ищут нестандартные системы стимулирования работников. Например, корпорации IBM и AT&T выбрали путь «семейной мотивации». Средний возраст большей части персонала компаний – младше сорока лет. Это семейные люди, у которых подрастают дети. Поэтому администрации позволяет работать по гибкому графику, помогает подбирать нянь и помощников по дому, организует корпоративные ясли и детские сады, устраивает семейные праздники.

Модель мотивации труда в Великобритании предусматривает две системы оплаты труда: денежную и акционерную. Обе схемы подразумевают зависимость зарплаты сотрудников от общей прибыли предприятия. Существует еще схема с «колеблющейся» заработной платой, которая меняется пропорционально доходам компании. Коллективные договоры, заключенные между британскими работниками и нанимателями, содержат норму, которая обязывает выплачивать сотрудникам долю прибыли компании.

Отдельные компании практикуют долевое участие сотрудников в капитале, когда работники выкупают часть акций компании и получают либо часть прибыли, либо доход в виде процентов по акциям. Совокупный доход сотрудника при трудовом долевом участии состоит из зарплаты (должностного оклада), премии в зависимости

от эффективности труда и части прибыли компании в зависимости от вложенного капитала.

Внедрение модели мотивации, основанной на участии в прибыли, помогло на 13 % увеличить количество рабочих мест в Великобритании. Притом доход работников от части прибыли компании составляет 3–10 % оклада, а размер зарплаты – на 4 % ниже, чем на аналогичных позициях в компаниях с другим подходом к оплате труда. Долевое участие персонала в прибыли компании отлично мотивирует сотрудников любого ранга повышать результативность работы, проявлять неподдельный интерес к бизнес-процессам и создавать в коллективе дружескую благоприятную атмосферу.

Сравнительный анализ отечественного и зарубежного опыта мотивации персонала показывает, что основной метод мотивации в России – это экономический подход (оплата труда, премия и т. д.). В иностранных же организациях широко используются социально-психологические методы стимулирования сотрудников, комплексная работа с отдельными людьми, внимание к внутренним мотивам трудовой деятельности.

Конечно, перенимать зарубежный опыт мотивации следует с учетом особенностей культуры и менталитета. Бездумное копирование чужих идей не принесет желаемого результата. Важно помнить, что нематериальные методы мотивации работают только тогда, когда сотрудники удовлетворили материальные потребности.

Рассмотрим систему мотивации труда персонала на примере Сибирского железнодорожного агентства (далее СЖА) Западно-Сибирского филиала АО «Федеральная пассажирская компания» (далее ФПК)

Проанализировав основные экономические показатели работы СЖА за последние три года, отметим положительные экономические и финансовые результаты работы:

- происходит увеличение объемов работы практически по всем экономическим показателям;
- производительность труда увеличивается, что приводит к увеличению объемов работы предприятия, увеличению доходов;
- происходит ежегодное увеличение фонда оплаты труда, которое положительно влияет на рост среднемесячной заработной платы сотрудников.

По результатам анализа движения персонала можно отметить, что происходят изменения по всем показателям. Коэффициент те-

кучести персонала уменьшился на 3,2 % по сравнению с 2017 г. и составил 1,4 % – из этого можно сделать вывод, что снижение данного показателя является положительным фактором для организации. Несмотря на то, что уровень текучести кадров находится пока еще в допустимых для данной отраслевой деятельности пределах, тем не менее он является тревожным фактором для организации.

Несмотря на то, что предприятием сформирован устоявшийся кадровый потенциал, освоены современные технологии управления, анализ показателей движения кадров показал, что за счет нестабильных показателей текучести кадров способы мотивации персонала не совсем эффективны для удержания персонала.

Качество неудовлетворенности работой возникает по причине неэффективности процесса стимулирования персонала в организации, т. к. уровень удовлетворенности работой имеет взаимосвязь со стимулированием персонала. Неэффективность стимулирования труда может привести к снижению производительности труда, падению качества, нарушениям дисциплины. Недовольные компенсацией работники могут вступить в открытый конфликт с руководителями организации, прекратить работу, организовать забастовку или покинуть организацию, что также приводит к затратам времени и средств.

Для выявления возможных недостатков в системе нематериального стимулирования трудовой деятельности персонала СЖА было проведено исследование с использованием таких методов как:

- анализ документов, регламентирующих различные составляющие системы мотивации и стимулирования труда персонала в организации;
- опрос в форме анкетирования, где сотрудникам СЖА предлагалось дать оценку факторов трудовой деятельности, оценку социального пакета и т. д.;
- SWOT-анализ системы управления персоналом.

Анализ документов показал, что в агентстве имеются все необходимые нормативные документы, регламентирующие мотивацию и стимулирование персонала организации. К ним относятся приказ о видах поощрений в АО «ФПК», приказ об организации соревнований трудовых коллективов и работников АО «ФПК», положение о наставничестве и т. д.

Результаты анкетирования можно описать такими главными характеристиками: неудовлетворенность условиями деятельности,

желание получать за свой труд более высокую плату, которая бы в большей степени зависела от итогов деятельности, низкое значение миссии, достижения целей и процветания компании, отрицательный психологический климат среди сотрудников.

SWOT-анализ показал вероятные риски и проблемы в системе управления персоналом.

По результатам исследования нематериальной мотивации труда персонала СЖА были выявленные основные недостатки:

- неудовлетворенность условиями деятельности;
- отрицательный психологический климат среди сотрудников;
- увеличение текучести персонала за последний год.

На основании выявленных проблем в системе стимулирования труда были разработаны рекомендации по совершенствованию нематериальной мотивации персонала, представленные в табл. 1.

Таблица 1 – Рекомендации для Сибирского железнодорожного агентства структурного подразделения по совершенствованию нематериальной мотивации персонала

п / п	Рекомендации	Действия	Ресурсы	Документы	Ответственные
1	2	3	4	5	6
1	Построение духа команды и улучшение в коллективе психологической обстановки	а) обеспечение взаимодействия между работниками при помощи точного прописания должностных обязанностей всех сотрудников компании; б) проведение разнообразных корпоративных мероприятий.	Часть – за счет средств работников, часть – за счет получаемой прибыли	Должностные инструкции работников, распоряжения и приказы	Администрация, работники подразделений, назначенные ответственными за реализацию мероприятий
2	Усовершенствование социальных выплат и льгот	а) оплата обучения членов коллектива, включая курсы повышения уровня профессиональной квалификации; б) предоставление дополнительных дней ко времени отпуска, в зависимости от стажа работы в данной компании; в) организация бесплатно-	За счет получаемой прибыли	Трудовой договор, финансовая отчетность компании, списки работников с целью осуществления покупки товаров по льготной стоимости.	Администрация, бухгалтерия, секретарь, сотрудник службы кадров

п / п	Рекомендации	Действия	Ресурсы	Документы	Ответственные
1	2	3	4	5	6
		го либо оплачиваемого частично питания сотрудников компании; г) оплата проезда к месту работы иногородним сотрудникам		Приказ об оплате проезда иногородним работникам предприятия	
3	Улучшение условий работы и охраны деятельности	а) автоматизация мест для работы – установка нового оборудования; б) организация комнат, предназначенных для отдыха и питания персонала; в) организация частично (50 %) оплачиваемого питания работников предприятия; г) представление служебного автотранспорта с целью доставки продавцов после окончания вечерней смены домой; д) расширение складских помещений вследствие неиспользуемых административных; е) соблюдение принципов организации места работы; ж) назначения ответственного лица	За счет роста прибыли от увеличения производительности труда.	Приказ об автоматизации рабочих мест, журнал по ТБ, договор на поставку оборудования, приказ о мероприятиях по улучшению условий труда	Бухгалтерия, администрация, инструктор по ТБ

Предложенные мероприятия позволяют повысить социальный эффект, а именно улучшить качество труда работников, повысить их уровень жизни, сплоченность команды, таким образом, внедрение мероприятий будет даст положительные результаты.

Мероприятия по совершенствованию управления мотивацией персонала, разработанные в Сибирском железнодорожном агентстве, предоставляют возможность усилить нематериальное стимулирование персонала и увеличить результативность труда в целом.

Библиографический список

1. Российская федерация. Кодексы. Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 29.12.2020) : [при-

нят Государственной Думой 21.12.2001, одобрен Советом Федерации 26.12.2001] // Справ.-прав. система «КонсультантПлюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/ (дата обращения : 12.12. 2020)

2. Бакирова, Г. Х. Психология развития и мотивации персонала [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Психология», «Менеджмент организации», «Управление персоналом» / Г. Х. Бакирова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 439 с.

3. Веснин, В. Р. Управление персоналом. Теория и практика. [Текст] / В. Р. Веснин – М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2017. – 564 с.

4. Данилюк, А. А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности [Текст] : учебное пособие / А. А. Данилюк. – Тюмень : Изд-во Тюмен. гос. ун-та, 2015. – 304 с.

5. Кибанов, А. Я. Основы управления персоналом [Текст] : учебник / А. Я. Кибанов ; Минобрнауки РФ. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 447 с.

6. Литвинюк, А. А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Теория и практика [Текст] : учебник для бакалавров / А. А. Литвинюк. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 398 с.

7. Петрова, Р. А. Высокоэффективная мотивация персонала в организации [Электронный ресурс] / Р. А. Петрова // Международный студенческий научный вестник. – 2017. – № 2. – URL: <http://eduherald.m/m/artide/view?id=16858> (дата обращения : 12.12.2020)

8. Соломанидина, Т. О. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник и практикум для академического бакалавриата [Текст] / Т. О. Соломанидина, В. Г. Соломанидин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2018. – 323 с.

9. Нормативно техническая документация: [Электронный ресурс] : сайт. – URL: <ftp://ntd:123456@10.132.91.100> (дата обращения : 12.12.2020)

10. Федеральная пассажирская компания [Электронный ресурс]: официальный сайт. – URL: <http://www.fpk.ru> (дата обращения : 12.12.2020)

11. Федеральная пассажирская компания. Кодекс корпоративной деловой этики АО «ФПК» : утв. руководством компании 17.08.2010г. – 706 с.

Тренды фирменного стиля отрасли кондитерского производства

Жумажанова Г. С.,
ОмГУ им. Ф. М. Достоевского

Понятие «фирменный стиль» зародилось около сотни лет назад. Однако еще в древности довольно часто люди использовали отдельные элементы фирменного стиля. Так, ремесленники обознача-

ли клеймом свою продукцию, а фермеры накладывали определенные знаки на свой скот.

На сегодняшний же день существует целое направление маркетинговых коммуникаций – формирование фирменного стиля.

В литературе встречается множество определений понятия «фирменный стиль». Добробабенко Н. С. дает следующее определение данному понятию: «Фирменный стиль – это совокупность приемов, обеспечивающих единый образ всем изделиям фирмы и мероприятиям; улучшающих восприятие и запоминаемость потребителем не только товаров фирмы, но и всей ее деятельности; а также позволяющих противопоставлять свои товары и деятельность товарам и деятельности конкурентов» [1, с. 67].

Фирменный стиль бренда — представляет собой костяк всей визуальной идентификации и коммуникационной политики бренда [2].

Фирменный стиль должен:

- быть индивидуальным, запоминающимся: это повышает эффективность рекламы;
- быть эстетичным, гармоничным, красивым: это вызывает доверие;
- демонстрировать преимущество к деятельности, позиционированию: это повышает эффективность рекламы;
- соответствовать технологическим требованиям;
- быть подходящим, уместным.

В общем и целом, можно сказать, что под фирменным стилем понимается образ компании, который позволяет ей выделиться среди огромного количества конкурентов. Фирменный стиль является сегодня основой всей коммуникационной политики фирмы, одним из главных средств борьбы за покупателя, важной составляющей брендинга.

Система фирменного стиля включает в себя следующие основные элементы [3, с. 305]:

- товарный знак;
- фирменная шрифтовая надпись (логотип);
- фирменный блок;
- фирменный лозунг (слоган);
- фирменный цвет (цвета);
- фирменный комплект шрифтов;
- корпоративный герой;

- постоянный коммуникант (лицо фирмы);
- другие фирменные константы.

Носителями фирменного стиля бренда являются все объекты, способные передать информацию о бренде и соприкасающиеся с представителями целевой аудитории бренда [4].

Носители фирменного стиля бренда [5, с. 22-28]:

- экстерьер и интерьер торговых зон и офисов компании;
- униформа сотрудников компании;
- упаковка;
- деловая документация,
- сайт компании и страницы компании в социальных сетях;
- рекламные материалы;
- сувениры;
- другое.

При стабильно высоком уровне других элементов комплекс маркетинга фирменного стиля обеспечивает ее владельцу следующие преимущества [6]:

- помогает потребителю сориентироваться в потоке информации, быстро и безошибочно найти продукт фирмы, которая уже завоевала его предпочтение;
- позволяет фирме с наименьшими затратами выводить на рынок свои новые продукты;
- повышает эффективность рекламы;
- снижает расходы на формирование коммуникаций, как вследствие повышения эффективности рекламы, так и за счет универсальности компонентов фирменного стиля;
- обеспечивает достижение необходимого единства всей рекламы и других средств маркетинговых коммуникаций фирмы (например, пропаганды: ведение пресс-конференций, выпуск престижных проспектов и т. п.);
- способствует повышению корпоративного духа, объединяя сотрудников, вырабатывает чувство причастности к общему делу;
- положительно влияет на эстетический уровень и визуальную среду фирмы.

В своей книге «Дифференцируйся или умирай» Траут говорит о том, что в условиях современной торговли такие критерии, как качество продукта, его цена, креативность и широкий ассортимент уже не могут быть отличительными признаками компании [7, с. 304].

Необходимо создавать «позицию» в сознании покупателей за счет внешних элементов бренда – его фирменного стиля.

Особое значение фирменный стиль имеет для компаний, работающих на рынке продуктов питания. С чем это связано? С тем, что эти изделия прежде всего «товары опыта». О качестве такого товара мы можем судить, только попробовав его. Но т. к. чаще всего мы не можем попробовать продукт в магазине, то мы покупаем товар, который помним по рекламе, рекомендации или пробовали в предыдущий раз.

Рынок кондитерских изделий занимает последнее место в продуктовой корзине жителей России. Так, по данным исследования ВЦИОМ [8], потребление кондитерских изделий в России составляет около 22 кг на человека в год. А сладости присутствуют в продуктовой корзине у 60 % россиян. Также респонденты отметили, что часто покупают сладости внезапно. Это говорит, о том, что решение о покупке они принимают в магазине.

А исследование ФОМ 2017 г. говорит о том, что население России стало меньше экономить на кондитерских изделиях в сравнении с 2015 г. [9]. Что тоже говорит о том, что сладости стали неотъемлемой частью рациона и люди готовы тратить на них деньги.

По данным АСКОНД (ассоциации предприятий кондитерской промышленности) [10] 2019 г. экспорт российской кондитерской продукции вырос на 20 % к аналогичному прошлогоднему периоду. По объему экспорта кондитерские изделия занимают четвертое место среди товаров российского агропромышленного комплекса. По словам АСКОНД, российские кондитеры работают в условиях жесткой конкуренции не только с мировыми лидерами в производстве кондитерской продукции, но и с локальными производителями, продукция которых изначально адаптирована под вкусы потребителей их стран. Кроме того, по данным АСКОНД, потребление кондитерских изделий в России за 2018 г. превысило 25 кг на душу населения и продолжает расти.

Согласно оценке ЦИКР (Центра исследований кондитерского рынка), наибольшая доля в продажах на внешние рынки приходится на шоколадные кондитерские изделия — около 50 %. В целом на внешние рынки продается около 30 % всех шоколадных кондитерских изделий, произведенных в России.

Рост рынка кондитерских изделий обуславливается тем, что сладости стали доступным удовольствием.

Производство кондитерских изделий – это не только бизнес, ориентированный на конечного потребителя (B2C), но и бизнес для бизнеса (B2B), т. к. прежде чем товар попадет к потребителю или на полку магазина, этот товар должны приобрести дистрибьюторы или он должен быть одобрен категорийными менеджерами торговых сетей (федеральных или местных). Для дистрибьюторов и торговых сетей очень важна репутация компании, ее статус, важно, чтобы продукт впоследствии стал продаваемым и запоминающимся. Основным местом, где дистрибьюторы могут познакомиться с производителями, являются выставки. Самыми крупными ежегодными международными продовольственными выставками в России являются «Продэкспо» и WorldFood. Так, на «Продэкспо–2020» выставилось 2 664 компаний, 26 % из которых являются производителями кондитерских изделий [Сайт «Продэкспо»]. А на выставке WorldFood–2019 приняли участие 1 764 российских и иностранных производителей, а доля производителей кондитерских изделий составила 37 % [11]. Выставки проходят в течение 3–5 дней, и, конечно, пройти за такой короткий период более 500 павильонов (т. е. производителей) физически невозможно. Поэтому, чтобы привлечь посетителей к своему павильону, производители в первую очередь стремятся каким-то необычным образом украсить свой стенд (павильон) и витрину. Стенд должен отражать суть компании, ее направленность, отличаться от других, «зацепить». Здесь на помощь и приходит фирменный стиль. Важно, чтобы все атрибуты (одежда сотрудников, бейджи, оформление стенда, продукция, сувенирная продукция, визитки, каталоги, листовки) были в едином стиле, т. к. после выставки дистрибьюторы уезжают с огромной папкой раздаточного материала и при структурировании собранного материала они сразу смогут вспомнить о вашей компании, если, например, визитка будет в таком же фирменном стиле, как ваш павильон.

Т. к. в большинстве случаев фирменный стиль отражен именно в логотипе [12], а затем уже переносится на остальные элементы фирменного стиля (одежду сотрудников, каталоги, листовки, презентации и т. д.), то целесообразно кратко рассмотреть логотипы кондитерских фабрик России. На рис. 1 представлены логотипы крупных кондитерских фабрик России, которые существуют на рынке 10 и более лет. На рисунке видно, что в логотипе не используются неоновые, слишком яркие цвета. Все цвета природного оттенка (красные, зеленые, коричневые). Преобладает использование крас-

ного, золотистого и коричневого цветов. Цвета в логотипе несут не только декоративную, но и ассоциативную функцию.



Рисунок 1 – Логотипы крупных кондитерских фабрик России

Были опрошены пять маркетологов, работающих на рынке производства и продаж кондитерских изделий. Эксперты поделились своим мнением о трендах фирменного стиля кондитерского производства.

Эксперты утверждают, что на рынке кондитерского производства важен каждый элемент фирменного стиля, так же, как и в другой отрасли производства или услуг. Внимание всегда приковано к деталям, будь то бейдж на каком-то тренинге или автомобиль, развозящий грузы компании. Именно из таких нюансов складывается впечатление о компании, ее статичность и престиж.

Фирменный стиль для региональных компаний так же важен, как и для федеральных и зарубежных. Иначе региональные навсегда застрянут в классе региональных, а если выйдут на федеральный или международный уровень, им все равно придется создавать свой фирменный стиль. Т. е. фирменный стиль открывает больше возможностей, больше каналов сбыта продукции.

Сейчас можно проследить тенденции в фирменном стиле компаний кондитерского производства. Тенденции сейчас направлены в одну сторону: простота, лаконичность, «натуральность». Здесь важно соблюдать баланс, «быть в тренде», как все, но чем-то выделяться. Очень важно, чтобы в фирменном стиле прослеживалась повесть (история) компании.

Таким образом, фирменный стиль играет значительную роль в продвижении бренда. Помогает потребителям и партнерам организации воспринимать и запоминать не только товары фирмы, но и всю ее деятельность и принципы работы. Мониторинг фирменного стиля федеральных кондитерских фабрик позволил сделать вывод о том, что в большинстве случаев фирменный стиль отражен именно в логотипе. Цветовая гамма, шрифт, стиль логотипа переносятся на стенды компании на выставках, на фирменную одежду сотрудников, сайт компании, в социальные сети. Преобладают такие цвета как коричневый, золотой и красный. Именно цвет делает логотипы и фирменный стиль более привлекательными, лучше запоминающимися. Имеет сильное воздействие на потребителя, т. к. воздействует на него на физиологическом и психологическом уровнях.

Библиографический список

1. Добробабенко, Н. С. Фирменный стиль: принципы разработки [Текст] / Н. С. Добробабенко. – М. : Инфра-М, 2003. – 67 с.
2. Аакер, Д. Аакер о брендинге. 20 принципов достижения успеха [Текст] / Д. Аакер. – М. : Эксмо, 2016. – 255 с.
3. Рэнделл, Дж. Брендинг: Основы брендинга; Реклама бренда; Планирование и организация брендинга: Краткий курс [Текст] / Дж. Рэнделл. – М: Фаир-Пресс / Гранд. 2014. – 305 с.
4. Шкляревский, Ю. Е. Trademark. Как бренд-менеджеры делают это [Текст] / Ю. Е. Шкляревский. – СПб. : Питер, 2016. – 365 с.
5. Михайлов, С. М. Метод «фирменных стилей» в организации предметно-пространственной среды города [Текст] / С. М. Михайлов // Дизайн и технологии. – 2010. – № 17(59). – С. 22–28 с.
6. Феофанов, О. А. Реклама : Новые технологии в России [Текст] : учеб. пособие для подгот. профессионалов в сфере рекламы / О. А. Феофанов. – М. [и др.] : Питер, 2004. – 376 с.
7. Траут, Д. Дифференцируйся или умирай [Текст] / Д. Траут. – СПб. : Питер, 2010. – 304 с.
8. Мы то, что мы едим? [Электронный ресурс] : исследование ВЦИОМ. – 2015. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/my-est-to-cto-my-edim> (дата обращения : 08.11.2020).

9. Покупка продуктов и экономия : исследование ФОМ [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <https://fom.ru/Ekonomika/13193> (дата обращения : 08.11.2020).
10. В первом полугодии экспорт сладостей вырос на 20% [Электронный ресурс] // Официальный сайт АСКОНД. – URL: <http://ascond.ru/prensa/v-pervom-polugodii-eksport-sladostey-vyros-na-20.html> (дата публикации : 12.07.2019)
11. Итоги выставки «Продэкспо–2019» [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Продэкспо–2019». – URL: <https://www.prod-expo.ru/ru/exhibition/prodexpro2019/> (дата обращения : 08.11.2020)
12. Цифры и факты [Электронный ресурс] // Официальный сайт WorldFood. – URL: <https://www.world-food.ru/Rus/cifry-i-fakty> (дата обращения : 08.11.2020)
13. Карась, А. С. Сравнительный анализ логотипов кофеен [Текст] / А. С. Карась, О. П. Савельева // Современные тенденции изобразительного, декоративного прикладного искусств и дизайна. – Новосибирск : Изд-во НГПУ, 2016. – С. 32–44.

Факторы, влияющие на поведение потребителей в условиях высокой конкуренции на рынке

*Подтуркин А. Э.,
Стомпор Н. А.,
Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент С. М. Ильченко*

Сегодня под конкуренцией в экономике подразумевают соперничество предприятий за возможность реализации своих товаров по более выгодным ценам, привлечение большего количества клиентов и, соответственно, увеличение прибыли.

В современных условиях перенасыщенности рынка различными товарами потребителю становится все сложнее сделать выбор. Поток информации, доходящий до конечного потребителя, слишком велик – для того чтобы оставаться заметными в медийном потоке, предпринимателям приходится искать новые пути распространения информации. Привычные многим такие каналы распространения информации, как телевидение, радио и пресса становятся неактуальными, поскольку за долгие годы активной работы этих

каналов утратилось доверие потребителей к поступающей информации [1].

Первым фактором, влияющим на поведение потребителя в условиях конкуренции, является выбор канала распространения информации. Компании, занимающиеся оказанием схожих услуг или изготовлением смежных товаров, могут сильно различаться по успешности только из-за того, что одна из них выбрала неверный канал распространения информации и не может донести свою информацию до потребителя.

На данный момент главным источником информации для большинства аудитории являются социальные сети, в которых сочетаются все требуемые как потребителям, так и предпринимателям качества. В приведенной ниже статистике можно увидеть рост аудитории социальных сетей и увеличение пользователей сети интернет в целом.

- На настоящий момент в мире более 5 млрд уникальных мобильных пользователей, что на 100 млн больше, чем в прошлом году.
- В 2019 г. аудитория Интернета насчитывала 4,39 млрд человек, что на 366 млн (9 %) больше, чем в январе 2018 г.
- В социальных сетях зарегистрировано 3,48 млрд пользователей. По сравнению с данными на начало прошлого года этот показатель вырос на 288 млн (9 %).
- Сегодня 3,26 млрд человек заходят в социальные сети с мобильных устройств. Это на 10 % больше, чем в прошлом году, когда с мобильных в соцсетях сидело на 297 млн человек меньше.

Реклама в социальных сетях относительно новый канал распространения информации; он привлекает пользователей возможностью выбирать, какую именно информацию они получают, что в свою очередь облегчает предпринимателю донесение информации именно до своей целевой аудитории [2].

Сочетание цвета, движения и звука также отличает рекламу в интернете, а конкретно в социальных сетях, от других каналов распространения информации. Отличительной особенностью рекламы в социальных сетях является то, что для того, чтобы записать рекламный ролик, не требуется большое количество дорогостоящей спецтехники, а достаточно лишь мобильного телефона. Присутствует даже вероятность того, что высококачественный видео ролик вызовет недоверие пользователей и не получит должного отклика.

Цена рекламы в социальных сетях зачастую намного ниже, чем рекламы на федеральных каналах, но такая реклама ничем, кроме количества аудитории, не отличается от телевизионной.

Вторым фактором, влияющим на потребителя, является качество. Поскольку рынок переполнен схожими товарами или услугами, потребителю приходится опираться во время выбора на множество факторов, одним из немаловажных является качество как самого товара, так и его упаковки, а если взять услугу, то тут важно качество исполнения. На приведенной ниже диаграмме представлена статистика того, на что обращают внимание потребители при выборе товара или услуги.



Рисунок 1 – Предпочтения потребителей при выборе товара или услуги

Для создания долгосрочных отношений с потребителем является недопустимым введение его в заблуждение, поскольку после первой покупки сложится впечатление, которое в большинстве случаев будет сложно или почти невозможно изменить.

Третьим фактором, влияющим на потребителя в условиях высокой конкуренции, является цена. Неоправданно завышенная цена во многих случаях отпугнет потребителя. Это не касается предметов роскоши: для этой категории товаров завышенная цена является нормой. Для других же товаров цена – один из важнейших факторов выбора. Изменение цены без весомой причины способно изменить отношение потребителей в худшую сторону; особенно остро

люди воспринимают изменения в настоящее время, поскольку за небольшой период времени цены на некоторые товары выросли в два раза. Согласно официальной статистике, среднее повышение цен на продукты из потребительской корзины Росстата за пять лет составило 30–40 %. Однако этот набор включает в себя товары только первой необходимости. Корзина среднеобеспеченного человека, куда входит, например, бутилированная вода, разнообразнее, и она подорожала больше, примерно на 50 %.

Четвертый фактор – эмоциональная окраска. Для успешной конкуренции следует активизировать эмоциональную составляющую потребителя: поскольку многие товары не отличаются ценой или качеством, используют одинаковые инструменты маркетинговой коммуникации, потребитель выбирает уже не на основе рациональных факторов, а эмоциональных [3]. Успешным будет тот товар или услуга, которая сможет проникнуть в самую глубокую точку сознания потребителя, активизировать самые положительные эмоции и воспоминания, связанные с ними. На данных «струнах» успешно играет реклама семейных товаров или услуг, которая направлена на укрепление семейных традиций. Активно для продвижения используют эмоциональную окраску в рекламе товаров роскоши: дорогие автомобили, часы, брендовая одежда всегда показывают лучшую жизнь, которой достоин каждый. В качестве примера успешной рекламы с использованием эмоциональной окраски рассмотрим:

- рекламу книжных магазинов Kinokuniya «Сказки на ночь»: данный слоган призван разбудить детские эмоции, связанные с рассказом сказок родителями или иными близкими родственниками на ночь;

- рекламу языковых курсов Berlitz «Будь частью разговора, а не фоном»: данный слоган, должен вызвать у потребителя желание к саморазвитию, для того чтобы чувствовать себя уверенно в любой компании;

- рекламу туристических страховок Visa «Отпуск — это почти лотерея»: данный слоган намекает покупателю на важность правильного выбора мест отдыхов и о важности получения страховки – данная реклама играет на страхах людей попасть в чрезвычайную ситуацию и остаться без помощи [4].

Несмотря на современные условия высокой конкуренции, предприниматели, которые сумели адаптироваться, чувствуют себя комфортно на любом рынке.

Библиографический список

1. Носова, Н. С. Конкурентная стратегия компании, или Маркетинговые методы конкурентной борьбы [Текст] / Н. С. Носова. – М. : Дашков и К, 2017. – 256 с.
2. Ермолова, Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google + [Текст] / Н. Ермолова. – М. : «Альпина Паблишер», 2017. – 358 с.
3. Иванов, А. Реклама. Игра на эмоциях [Текст] / А. Иванов. – М. : «Альпина Паблишер», 2017. – 256 с.
4. Умаров, М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила [Текст] / М. Умаров. – М. : Альпина Паблишер, 2017. – 230 с.

Методы повышения эффективности очистки питьевой воды при использовании нового фильтрующего материала

Тюменева Д. Р.,
ООО «Кызылжар су», г. Петропавловск

Основными химическими реактивами, использующимся для очистки воды на предприятии, являются сульфат алюминия, полиакриламид, хлор и кварцевый песок. В среднем годовая потребность предприятия в сульфате алюминия составляет 500 т в год, полиакриламида – 0,6 т в год, хлора – 90 т в год, кварцевого песка – 1 297 т в год. Деятельность предприятия является стратегически важной, поэтому предприятие должно иметь такое количество страхового запаса материалов, чтобы обеспечить автономную работу в течение 3 мес. Поставки реагентов осуществляются один раз в месяц, поэтому величина текущего запаса реагентов равна среднему месячному расходу реагентов.

Один из этапов очистки воды – прохождение ее через фильтры с целью избавления от загрязняющих частиц.

Используемый фильтрующий материал – кварцевый песок.

Расчет среднегодового расхода кварцевого песка представлен в табл. 1.

Таблица 1 – Расчет среднегодового расхода кварцевого песка

Показатель	Расчет	Значение
Объем песка в одном фильтре	$7 \text{ м} \times 4,4 \text{ м} \times 2 \text{ м}$	$61,6 \text{ м}^3$
Ежемесячная замена фильтра для 1 фильтра	$61,6 \text{ м}^3 \times 18 / 200$	$5,544 \text{ м}^3$
Ежегодная замена фильтра для 1 фильтра	$5,544 \text{ м}^3 \times 12$	$66,528 \text{ м}^3$
Ежегодная замена фильтра для 13 фильтров	$66,528 \text{ м}^3 \times 13$	$864,864 \text{ м}^3$
Плотность 1 м^3 кварцевого песка		$1,5 \text{ т} / \text{м}^3$
Масса требующегося для замены фильтров песка	$864,864 \text{ м}^3 \times 1,5 \text{ т} / \text{м}^3$	$1\,297,296 \text{ т}$

Таким образом, годовая потребность в кварцевом песке составляет $1\,297,296 \text{ т}$ в год. На рынке предлагаемая цена за кварцевый песок – $20\,000 \text{ тенге} / \text{т}$. Следовательно, в год на кварцевый песок предприятие тратит $25\,945\,920 \text{ тенге}$.

При пропускании воды через фильтры альтернативой кварцевому песку как фильтрующему материалу является цеолит. Использование цеолита аналогично использованию кварцевого песка, однако цеолит расходуется более экономно, так как обладает большей механической прочностью, большей химической стойкостью.

Единовременный расход цеолита для заполнения фильтров представлен в табл. 2.

Таблица 2 – Единовременный расход цеолита для заполнения фильтров

Показатель	Расчет	Значение
Объем цеолита в одном фильтре	$7 \text{ м} \times 4,4 \text{ м} \times 2 \text{ м}$	$61,6 \text{ м}^3$
Объем цеолита в 13 фильтрах	$61,6 \text{ м}^3 \times 13$	$800,8 \text{ м}^3$
Плотность 1 м^3 цеолита		$1,9 \text{ т} / \text{м}^3$
Масса требующегося для замены фильтров цеолита	$800,8 \text{ м}^3 \times 1,9 \text{ т} / \text{м}^3$	$1\,521,52 \text{ т}$

На рынке стоимость цеолита составляет 30 000 тенге за тонну.

Стоимость заполнения фильтров цеолитом составит $1\,521,52\text{ т} \times 30\,000\text{ тенге} / \text{т} = 45\,645\,600\text{ тенге}$.

Расчет годовой потребности предприятия в цеолите представлен в табл. 3.

Таблица 3 – Расчет годовой потребности предприятия в цеолите

Показатель	Расчет	Значение
Объем цеолита в одном фильтре	$7\text{ м} \times 4,4\text{ м} \times 2\text{ м}$	$61,6\text{ м}^3$
Ежеквартальная замена цеолита для 1 фильтра	$61,6\text{ м}^3 \times 18 / 200$	$5,544\text{ м}^3$
Ежегодная замена цеолита для 1 фильтра	$5,544\text{ м}^3 \times 4$	$22,176\text{ м}^3$
Ежегодная замена цеолита для 13 фильтров	$22,176\text{ м}^3 \times 13$	$288,288\text{ м}^3$
Плотность 1 м^3 цеолита		$1,9\text{ т} / \text{м}^3$
Масса цеолита, требующегося для замены фильтров	$288,288\text{ м}^3 \times 1,9\text{ т} / \text{м}^3$	$547,747\text{ т}$

Ежемесячная замена цеолита в фильтрах не требуется, так как он обладает большей механической прочностью, чем кварцевый песок.

На рынке стоимость цеолита составляет 30 000 тенге за тонну, что делает цеолит экономически выгодным, т. к. за год будет расходоваться на сумму 16 432 410 тенге.

Величина годового расхода разных фильтрующих материалов и стоимость смены использованного материала представлена в табл. 4.

Таблица 4 – Величина годового расхода разных фильтрующих материалов и стоимость смены использованного материала

Фильтрация воды кварцевым песком	Фильтрация воды цеолитом
Ежегодный расход – 25 945 920 тенге	Ежегодный расход – 16 432 410 тенге
	Единовременное заполнение фильтров – 45 645 600 тенге

Переход на новый фильтрующий материал позволяет экономить 9 513 510 тенге в год. Единовременное заполнение фильтров новым материалом окупится через 45 645 600 тенге / 9 513 510 тенге / г. = 4,8 г.

Годовые расходы предприятия на фильтрующие материалы на 2021–2025 гг. в ценах 2020 г. представлены в табл. 5.

Таблица 5 – Годовые расходы предприятия на фильтрующие материалы на 2021–2025 гг.

Год	Расходы на кварцевый песок, тенге	Расходы на цеолит, тенге	Экономия от использования цеолита, тенге
2021	25 945 920	16 432 410 45 645 600	– 36 132 090
2021	25 945 920	16 432 410	9 513 510
2022	25 945 920	16 432 410	9 513 510
2023	25 945 920	16 432 410	9 513 510
2025	25 945 920	16 432 410	9 513 510
Итого	129 729 600	127 807 650	1 921 950

На пятый год после введения новой технологии выгода от изменения процесса фильтрации составит 1 921 950 тенге, каждый последующий год экономия составит 9 513 510 тенге в год в ценах 2020 г.

Таким образом, особая значимость проблемы эффективности производства предопределяет необходимость правильно учитывать и анализировать уровень и масштабы эффективности всех средств и элементов производства. Определение эффективности требует применения методов количественного анализа и измерения, что предполагает установление критерия экономической эффективности.

Библиографический список

1. Кульский, Л. А. Справочник по свойствам, методам анализа и очистки воды в двух частях [Текст] / Л. А. Кульский, И. Т. Гороновский, А. М. Когановский, М. А. Шевченко. – Киев : Наукова думка, 1980. – 679 + 1206 с.
2. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст] / Г. В. Савицкая. – 7-е изд., испр. – Мн. : Новое знание, 2018. – 704 с.
3. ТОО «Кызылжар су» [Электронный ресурс] : официальный сайт. – URL: <http://www.kyzylzhar-su.kz/> (дата обращения : 15.12.2020)

Экономический потенциал и перспективы развития муниципального образования «город Екатеринбург»

Швалев А. А.,
Омская гуманитарная академия
научный руководитель – канд. экон. наук,
доцент О. В. Сергиенко

Анализ внешних и внутренних факторов развития Екатеринбурга, а также его возможностей позволяет определить сферы деятельности, обладающие значительным потенциалом развития, а также в целом обозначить перспективы развития Екатеринбурга, предполагающие не только устойчивые темпы роста экономики (социально-экономического развития) города, но и переход к качественным преобразованиям. Общемировые тенденции, способствующие изменениям в современных городах (глобализация, информатизация, ускорение технологического и инновационного развития, ограниченность природных ресурсов, либерализация международного движения капитала, повышение мобильности населения и т. д.), оказывают значительное влияние на развитие Екатеринбурга, и в дальнейшем их роль будет усиливаться.

25 мая 2018 г. депутаты Екатеринбургской городской думы единогласно приняли актуализированную версию стратегического плана развития Екатеринбурга до 2030 г. Базовыми принципами актуализации стратегического плана являются сохранение стратегической цели развития города Екатеринбурга, соответствующей главному целевому ориентиру долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации (устойчивое повышение благосостояния российских граждан), преемственность концептуальных основ стратегического планирования и структуры стратегического плана, согласованность стратегических приоритетов социально-экономического и территориального развития.

Важным дополнением к актуализированной версии стратегического плана стал раздел IV «Стратегия пространственного развития города Екатеринбурга на период до 2030 года с целевыми ориентирами до 2035 года», направленный на сбалансированное развитие городской транспортной инфраструктуры, повышение эффективно-

сти использования городских территорий и комфортности городских общественных пространств. Включение в стратегический план нового раздела связано с необходимостью обеспечения взаимосвязи стратегического и пространственного типов планирования. Выработка стратегического видения основана на творческом подходе и интеграции аналитических, эмоциональных, политических и прочих элементов корпоративного мышления многих людей. Актуализированная стратегия связана с выбором приоритетных задач удовлетворения потребностей разных социальных групп: предпринимателей, органов власти и управления и др. Девиз стратегического развития города Екатеринбурга: «Качество жизни, инновации, партнерство».

Миссия города заключается в усилении Екатеринбурга как российского центра образования, наукоемкого производства и высокотехнологичного сервиса, встроенного в региональные, национальные и глобальные экономические процессы и обеспечивающего конкурентоспособность городской экономики и комфортность городского пространства для жизнедеятельности населения.

Стратегическая цель развития Екатеринбурга реализуется посредством проведения активной городской политики, направленной на достижение баланса между различными сферами, секторами и видами деятельности, на обеспечение гражданских прав, наилучших условий жизни и учета интересов тех, кто работает или учится в городе, кто посещает его с целью профессионального сотрудничества, в поисках информации, знаний, культурных ценностей, развлечений.

Для изучения экономического потенциала проведен анализ сильных и слабых сторон данного муниципального образования (табл. 1–2).

Таблица 1 – Анализ сильных и слабых сторон муниципального образования «город Екатеринбург»

Сильные стороны города	Слабые стороны города
• благоприятное экономико-географическое и геополитическое положение города на стыке Европы и Азии; • статус административного центра Свердловской области и Уральского федерального округа, развитая институциональная структура федеральных и региональных	• удаленное положение относительно важных центров России, Европы, мира; • расположение в зоне континентального климата с характерными для Урала погодными аномалиями; •

Сильные стороны города	Слабые стороны города
органов государственной власти; • центр Екатеринбургской агломерации; • многоотраслевая и диверсифицированная структура экономики; • сохранивший свои позиции в экономике города военно-промышленный комплекс; • благоприятный инвестиционный климат; • емкий потребительский рынок; • развивающийся региональный центр оптовой торговли; • развитая сфера бизнес-услуг и сопутствующая инфраструктура; • наличие институтов мирового бизнеса; • развитость финансовых институтов, отвечающих современным требованиям; • формирующийся современный транспортно-логистический узел международного, общенационального и межрегионального масштаба; • значительный научно-технический потенциал, накопленный фонд инноваций; • высокая концентрация научных и образовательных учреждений; • сложившийся рынок информационных и телекоммуникационных услуг; • развитая социальная инфраструктура; • высокий уровень оснащенности высокотехнологичным медицинским оборудованием и внедрения современных методов лечения; • высокий уровень развития социокультурной среды; • значительный удельный вес малого бизнеса в городской экономике; • емкий рынок труда, высококвалифицированный кадровый потенциал; • сотрудничество городской власти и всех основных конфессий, межконфессиональное взаимодействие; • эффективное партнерство власти и городского сообщества; • наличие памятников архитектуры, богатое историческое наследие;	• изношенность городской коммунальной и инженерной инфраструктуры, общественного транспорта; • неравномерное и недостаточное развития коммунальных систем для обеспечения возрастающих потребностей населения, в т. ч. связанных с новым строительством; • деградация жилой застройки 1960–1970-х гг.; • отставание темпов развития дорожной сети от темпов автомобилизации населения, высокая загруженность улично-дорожной сети и недостаточное качество дорожной инфраструктуры; • наличие в черте города объектов производственного назначения, затрудняющих развитие дорожной инфраструктуры; • ресурсозатратность и энергоемкость систем инженерно-технического оснащения города; • слабая практика применения инновационных энерго- и ресурсосберегающих технологий и проведения соответствующих мероприятий; • недостаточное развитие системы городского скоростного и ускоренного транспорта; • значительная дифференциация населения по уровню доходов; • недостаток социального и доступного арендного жилья для обеспечения социально уязвимых слоев населения; • невысокий уровень экологической безопасности города; • ограниченные рекреационные возможности; • неравномерное распределение социально-бытовых и культурных

Сильные стороны города	Слабые стороны города
• отсутствие этнонациональных конфликтов.	• объектов на территории города; • плохо развитая инфраструктура для маломобильных групп населения.

Таблица 2 – Анализ возможностей г. Екатеринбурга и угроз ему

Возможности города	Угрозы городу
• включение Екатеринбурга в инвестиционные проекты федерального значения по развитию транспортной системы, аэропортов-хабов, логистических центров, инфраструктурных проектов, жилищного строительства и комплексного освоения территорий в рамках развития региональной экономики; • концентрация в Екатеринбурге транспортно-распределительных, торгово-посреднических, логистических и иных функций мирового значения; • сохранение статуса «полюса роста» региональной экономики за счет эффективного использования и наращивания экономического, интеллектуального и культурного потенциала, а также развития цифровой экономики; • развитие города как межрегионального центра деловых, инновационных, образовательных, медицинских услуг и т. д., местного и международного туризма (в т. ч. делового); • согласование действий в рамках социально-экономической интеграции Екатеринбурга и близлежащих муниципальных образований (в целях совместного решения задач агломерации); • расширение международных деловых и межличностных связей; • развитие инновационной деятельности, увеличение удельного веса производства и экспорта высокотехнологичной промышленной продукции в структуре экономики города; • повышение инвестиционной привлекательности города; • проведение в городе крупных международных мероприятий (чемпионат мира по футболу)	• ограничение полномочий, недостаток ресурсов для самостоятельного развития и возможностей эти ресурсы генерировать; • усиление тенденций к старению трудоспособного населения и снижению доли трудоспособного населения; • дефицит трудовых ресурсов, в частности молодых специалистов технического профиля, в отношении трудовых ресурсов – несоответствие спроса предложению; • недостаточность инвестиций в человеческий капитал и городскую инфраструктуру; • деградация городской среды, ухудшение ее качественных и функциональных характеристик; • отсутствие согласованности, взаимопонимания субъектов агломерации в разработке и реализации стратегии развития агломерации и региона; • снижение спроса на продукцию и услуги предприятий; • рост уровня преступности и социальной напряженности, ухудшение экологической обстановки, в т. ч. в субъектах агломерации;

Возможности города	Угрозы городу
2018 года, ЭКСПО–2025 и др.); • формирование новых зон промышленной и общественно-деловой застройки, редевелопмент (перепрофилирование) территорий в старых промышленных зонах; • развитие высокотехнологичного сектора российской экономики, в т. ч. на основе государственно-частного и муниципально-частного партнерства и стимулирование инновационной деятельности; • преодоление импортоориентированного технологического развития, модернизация сектора научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и фундаментальной науки, повышение их эффективности; • создание благоприятных условий для развития предпринимательства и инвестиционной активности; • установление более тесной связи между сферой профессионального образования и потребностями рынка труда; • оптимизация структуры спроса и предложения на рынке труда по отношению к высококвалифицированным трудовым мигрантам; • сохранение полномочий по организации медицинской помощи населению муниципального образования «город Екатеринбург» на муниципальном уровне; • развитие скоростного и ускоренного наземного и подземного транспорта; • развитие велосипедной и пешеходной инфраструктуры; • совершенствование инфраструктуры, повышающей доступность информации, в т. ч. о деятельности органов власти всех уровней; • рост социальной активности различных слоев населения и выражение их гражданской позиции по вопросам развития города; • распространение опыта социального партнерства власти и населения, поддержки гражданских инициатив среди других городов.	• невосполнимость потерь в культурном наследии (разрушение объектов культурного наследия), реализация крупных проектов, меняющих виды исторического центра; • возникновение природных и техногенных катастроф; • сокращение зеленого фонда.

Анализ внешних и внутренних факторов развития Екатеринбурга, его возможностей позволяет определить сферы деятельности, обладающие значительным потенциалом развития, а также обозначить перспективы развития Екатеринбурга в целом: рост экономики (социально-экономическое развитие) города, переход к качественным преобразованиям.

Общемировые тенденции, способствующие происходящим изменениям (глобализация, информатизация, ускорение технологического и инновационного развития, ограниченность природных ресурсов, либерализация международного движения капитала, повышение мобильности населения и т. д.), оказывают значительное влияние на развитие Екатеринбурга, а в дальнейшем их роль усилится.

С другой стороны, негативные аспекты устройства города ставят перед его руководством ряд актуальных задач.

Согласно долгосрочному видению муниципальных органов управления, к 2030 г. Екатеринбург должен представлять собой: международный узнаваемый центр деловых коммуникаций с развитой комфортной деловой инфраструктурой, межрегиональный инновационный транспортно-логистический комплекс, город с диверсифицированной экономикой, характеризующейся сбалансированным развитием индустриального и торгово-сервисного секторов, динамичным развитием научно-образовательного комплекса, информационного пространства и рынка финансовых услуг, центр культурных коммуникаций, обеспечивающий горожанам возможность свободной и безопасной культурно-творческой самореализации.

Основные показатели развития Екатеринбурга в 2018 г. демонстрировали положительную динамику: зафиксирован рост оборота крупных и средних организаций, рост реальной заработной платы, увеличение объема розничного товарооборота, стабильно низкий уровень регистрируемой безработицы, миграционный и естественный прирост населения. Уровень инвестиционной активности и темпы роста жилищного строительства в Екатеринбурге заметно превысили значения аналогичных показателей по Российской Федерации и Свердловской области в целом (рис. 1, 2). За январь–декабрь 2018 г. оборот крупных и средних организаций увеличился на 12,3 % и составил 1907,6 млрд рублей. Наибольшую долю в обо-

роте крупных и средних организаций по-прежнему занимают оптовая и розничная торговля (43,8 %) и промышленное производство (34,1 %). Прибыль крупных и средних организаций в 2018 г. составила 79,4 млрд рублей.

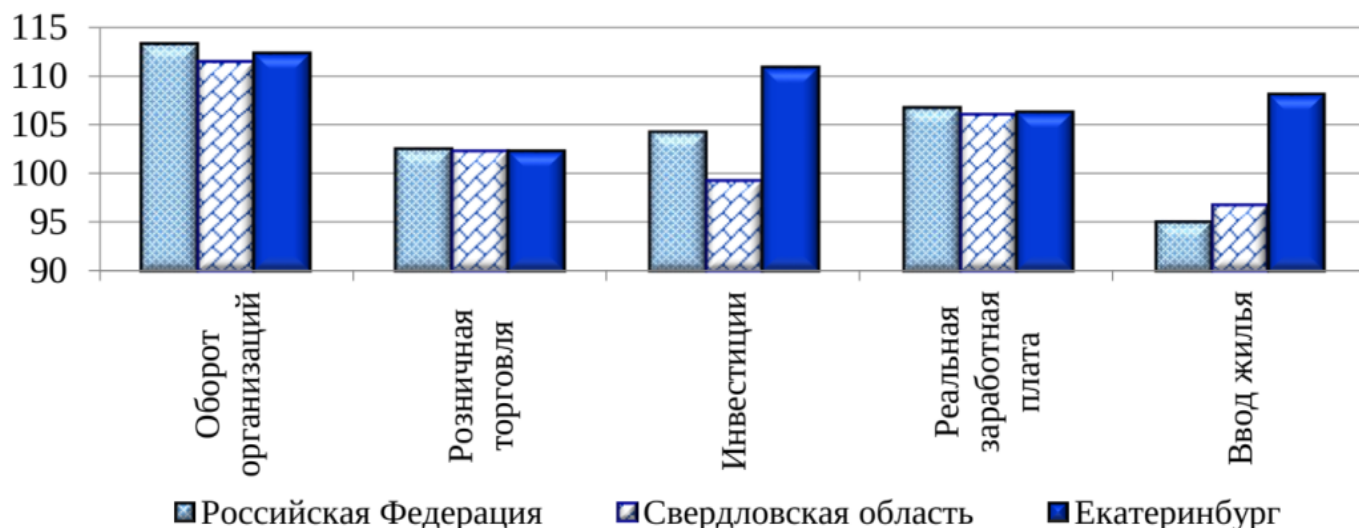


Рисунок 1 – Темпы роста (снижения) основных показателей развития Екатеринбурга в 2018 г. в сравнении со Свердловской областью и Российской Федерацией, % от показателей предыдущего года

По итогам отчетного года объем отгруженных товаров крупных и средних предприятий промышленности составил 499,1 млрд рублей, или 106,9 % к прошлому году, обрабатывающих производств – 395,8 миллиарда рублей (105,1 % к прошлому году). Особенностью промышленного комплекса Екатеринбурга является стабильная работа предприятий оборонно-промышленного комплекса, получающих государственные заказы. В 2018 г. темпы роста потребительских цен демонстрировали минимальные значения за всю историю наблюдения (с 1998 г.).

По данным Управления Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области и Курганской области, в январе–декабре 2018 г. индекс потребительских цен составил 102,4 % (на 1,3 процентного пункта ниже показателя 2017 г.), что вызвано снижением темпов роста цен на продовольственные товары в результате реализации мероприятий по импортозамещению и в связи с получением хорошего урожая, а также мерами по сдерживанию инфляции, предпринятыми Центральным банком Российской

Федерации. Розничная торговля занимает значимое место в структуре экономики Екатеринбурга.

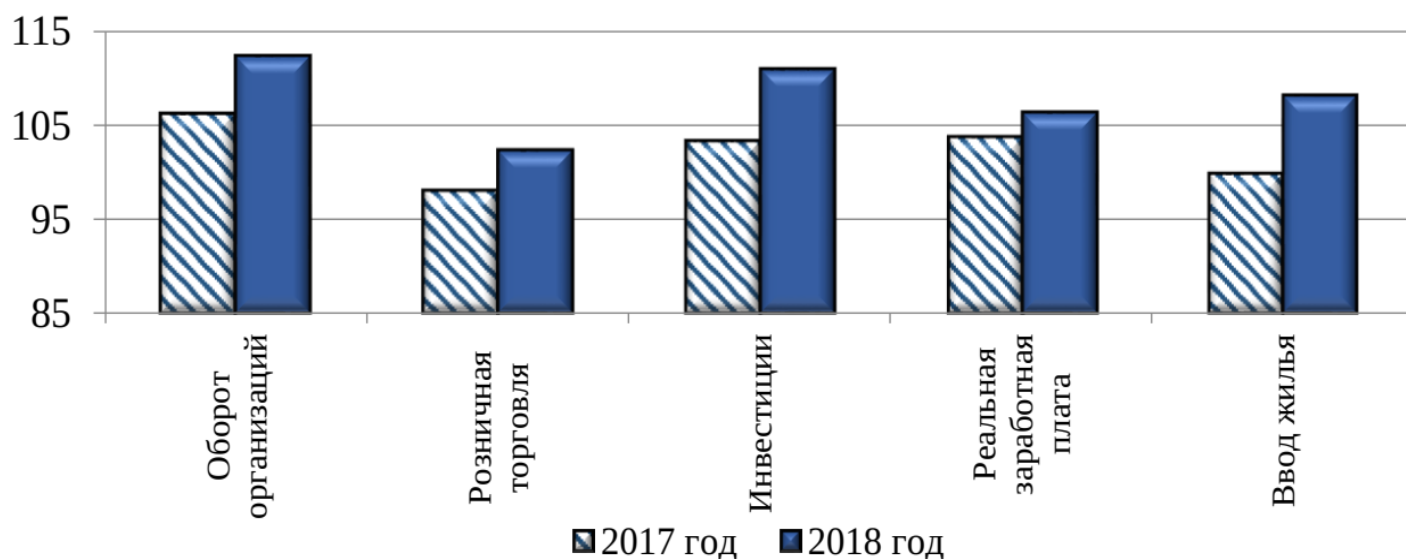


Рисунок 2 – Основные показатели развития Екатеринбурга в 2017–2018 гг., % к предыдущему году

По оценочным данным, оборот розничной торговли по полному кругу организаций за 2018 г. составил 791 млрд рублей, в городе формируется около 70 % товарооборота Свердловской области. В Екатеринбурге продолжился рост денежных доходов населения, а главное, в 2018 г. отмечен рост не только номинальной, но и реальной заработной платы работников организаций всех видов экономической деятельности. Среднемесячная заработная плата работников крупных и средних организаций Екатеринбурга за январь–декабрь 2018 г. составила 51 542 руб. (за декабрь 2018 г. – 65 802 руб.). По уровню номинальной среднемесячной заработной платы Екатеринбург традиционно превысил общероссийский и среднеобластной уровни средней заработной платы. В среднем за 2018 г. рост реальной заработной платы составил 106,3 % от ее размера на 2017 г. (в декабре 2018 г. – 104,5 % от декабрьского показателя 2017 г.).

Инновационная направленность экономики и развитие научно-производственного потенциала обусловили рост инвестиционной активности. Объем инвестиций в экономику Екатеринбурга крупными и средними организациями составил 134,7 млрд руб. (103,9 % от их объема за аналогичный период прошлого года). Сто-

ит отметить, что Екатеринбург продолжает входить в число лидеров по объему жилищного строительства в Российской Федерации. Ввод в эксплуатацию жилых домов по итогам 2018 г. уже традиционно превысил миллионную отметку и составил 1113 тыс. м² (108,1 % от показателей аналогичного периода прошлого года). Отчетный год характеризовался также и стабильной ситуацией на рынке труда: численность зарегистрированных безработных снизилась на 14,5 % и составила 3301 чел., заявленная организациями Екатеринбурга потребность в трудовых ресурсах составила 14 160 вакансий. На одного безработного приходилось 4,3 вакансии. Уровень регистрируемой безработицы на конец декабря 2018 г. составил 0,45 % от численности экономически активного населения (в 2017 г. – 0,53 %), что на 0,58 процентного пункта ниже значения этого показателя по Свердловской области и на 0,48 процентного пункта – показателя по Российской Федерации.

В Екатеринбурге наблюдается благоприятная демографическая ситуация, что является самой объективной характеристикой качества жизни горожан. Одним из значимых итогов года является сохранение естественного прироста населения в Екатеринбурге, который за 2018 г. составил 2 948 чел. Количество родившихся составило 19 285 чел. (12,8 на 1000 чел.), количество умерших составило 16 337 чел. (10,8 на 1000 человек). Численность населения увеличилась на 14,1 тыс. человек, в том числе миграционный прирост составил 11,2 тыс. чел.

На развитие экономики и социальной сферы Екатеринбурга значительное влияние в истекшем году оказала реализация мероприятий, направленных на выполнение указов Президента Российской Федерации:

- от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»;
- от 07.05.2012 № 596 «О долгосрочной государственной экономической политике»;
- от 07.05.2012 № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики»;
- от 07.05.2012 № 598 «О совершенствовании государственной политики в сфере здравоохранения»;
- от 07.05.2012 № 599 «О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки»;

- от 07.05.2012 № 600 «О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно-коммунальных услуг»;
- от 07.05.2012 № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления»;
- от 07.05.2012 № 602 «Об обеспечении межнационального согласия»;
- от 07.05.2012 № 606 «О мерах по реализации демографической политики Российской Федерации».

В последние годы значительно повысилась узнаваемость Екатеринбурга на международной арене. На территории города проводятся такие крупные мероприятия, как Международная промышленная выставка «Иннопром», российско-китайское Экспо, Форум высотного и уникального строительства «Форум 100+» и др. Одним из значимых мероприятий международного уровня 2018 г. стал Чемпионат мира по футболу. В июне 2018 г. Екатеринбург принял четыре игры группового этапа. За две недели проведения игр город посетило более 50 тыс. иностранных болельщиков.

Мониторинг 2018 г. в рамках ежегодного исследования проведенный специалистами Domofond.ru, демонстрирует, насколько россияне довольны жизнью в своих городах, на основании чего был составлен рейтинг 150 городов по качеству жизни. Полученные Екатеринбургом оценки представлены в табл. 2.

Таблица 2 – Екатеринбург в рейтинге городов России по качеству жизни в 2018 г.

Параметр оценки	Муниципальное образование				
	Анапа	Москва	Санкт-Петербург	Екатеринбург	Астрахань
Место	1	18	26	47	142
Средний балл	8,3	7,6	7,5	7,2	6,1
Чистота	8,1	6,9	6,4	5,9	4,7
Доходность жизни	5,0	5,4	5,1	5,1	3,6
Экология	8,7	7,0	6,7	6,5	4,3
Дети	7,0	8,1	7,8	7,2	6,0
Соседи	8,3	7,4	7,4	7,4	7,4
ЖКХ	6,9	6,0	5,9	5,9	5,0

Параметр оценки	Муниципальное образование				
	Анапа	Москва	Санкт-Петербург	Екатеринбург	Астрахань
Безопасность	8,5	7,0	6,8	6,5	5,7
Магазины	8,7	8,3	8,6	8,5	8,6
Спорт и отдых	7,0	6,9	7,0	6,5	4,5
Общественный транспорт	8,3	6,5	6,4	6,3	6,4
Дороги и паркинги	6,1	5,4	5,0	5,0	4,3
Тишина	7,5	6,3	6,4	6,4	5,5

Данные мониторинга указывают на то, что устойчивое экономическое и социальное развитие Екатеринбурга, сохранение лидирующих позиций среди городов-миллионников достигается за счет проведения сбалансированной муниципальной экономической политики и успешной реализации стратегических программ и проектов в рамках стратегического плана развития Екатеринбурга.

Качественным изменениям в городе будет способствовать реализация отраслевых стратегий Правительства Российской Федерации и Свердловской области, приоритетных проектов и программ, утвержденных президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и приоритетным проектам, стратегии социально-экономического развития Уральского федерального округа на период до 2020 г., стратегии социально-экономического развития Свердловской области на 2016–2030 гг., программы «Пятилетка развития Свердловской области» на 2017–2021 гг. В рамках данных документов Екатеринбург представлен как инновационный научно-образовательный и промышленный агломерационный центр с высоким уровнем развития транспортно-логистической и сервисной инфраструктуры.

Таким образом, долгосрочное экономическое развитие Екатеринбурга будет базироваться прежде всего на «новой» экономике, основанной на опережающем развитии интеллектуального капитала, внедрении инноваций и новых способов ведения бизнеса, повышении конкурентоспособности наукоемких производств, а также преимуществах, связанных с высокоразвитой инфраструктурой и географическим расположением.

Цифровизация станет одним из основных драйверов развития, что обеспечит эффективное развитие информационно-комму-

никационной инфраструктуры города, усилит информационную безопасность, расширит возможности для внедрения современных «умных технологий» во все отрасли экономики, создаст новые способы взаимодействия населения и органов власти. Дальнейшее развитие Екатеринбурга заключается в формировании и усилении значимости города-миллионника как многофункционального неоиндустриального центра, сочетающего в себе исключительные возможности разностороннего высокотехнологичного сервиса и обеспечивающего выполнение мировых, национальных, региональных и муниципальных функций.

Устойчивое развитие экономики города, повышение доходов населения, создание высококачественной среды проживания, совершенствование социокультурной среды и разнообразных возможностей для реализации духовных и творческих потребностей горожан позволят достичь стратегическую цель развития Екатеринбурга – устойчивое повышение качества жизни нынешних и будущих поколений горожан.

Библиографический список

1. Президент Российской Федерации (31.12.1999–7.05.2008, с 7.05.2012 по настоящее время – В. В. Путин). Указы. Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов [Электронный ресурс] : от 28.04.2008 N 607 (ред. от 09.05.2018). – URL: <https://base.garant.ru/193208/> (дата обращения : 22.12.2020)

2. Президент Российской Федерации (31.12.1999–7.05.2008, с 7.05.2012 по настоящее время – В. В. Путин). Распоряжения. Об утверждении стратегии социально-экономического развития Уральского федерального округа на период до 2020 года : от 06.10.2011 № 1757-р (в редакции Постановления Правительства Российской Федерации от 26.12.2014 № 1505). – URL: <http://docs.cntd.ru/document/902307636> (дата обращения : 22.12.2020)

3. Свердловская область. Законы. О стратегии социально-экономического развития Свердловской области на 2016–2030 годы : от 21.12.2015 № 151-ОЗ : [принят Законодательным собранием Свердловской области 15.12.2015] (в редакции Закона Свердловской области от 22.03.2018 № 26-ОЗ). – URL: http://zsso.ru/upload/site1/document_file/POluqtTKRT.pdf (дата обращения : 22.12.2020)

4. Губернатор Свердловской области (с 29.05.2012 до настоящего времени – Е. В. Куйвашев). Указы. О программе «Пятилетка развития Свердловской области» на 2017–2021 годы : от 31.10.2017 № 546-УГ. – URL: <http://economy.midural.ru/content/ukaz-gubernatora-sverdlovskoy-oblasti-ot-31102017-no-546-ug-o-programme-pyatiletka-razvitiya> (дата обращения : 22.12.2020)

5. Полный рейтинг городов России по качеству жизни в 2018 г. [Электронный ресурс]. — URL:

Машинное обучение как часть комплекса по повышению эффективности деятельности социально-экономических систем

Рябов А. П.,
Южный университет (Институт Управления,
Бизнеса и Права)

Цифровые технологии направлены на автоматизацию и деятельность социально-экономических процессов. В настоящее время смещается акцент на классы и методы искусственного интеллекта: крупные, средние и малые предприятия могут позволить себе внедрение «умных» инструментов для более точечного маркетинга, персонализированного, более качественного анализа рисков и противодействия мошенничеству, обслуживания компьютерных и кассовых систем и т. п.

Рынок приложений в сфере машинного обучения растет огромными темпами последнее время. Появляется возможность констатировать факт наличия результатов трансформации рынка информатизации, где малый и средний бизнес может позволить себе развернуть алгоритмы в виде цельных «пакетов» машинного обучения, разработанных специально для бизнеса.

Высокая и внезапная доступность дешевого и превосходного оборудования стала итогом крупной коммерциализации машинного обучения; кроме того, стали доступны архитектуры обработки и рост технологий поддержки, популярных Big Data и им подобных.

С приходом машинного обучения традиционно сложившаяся интеллектуальная аналитика была заменена высококачественным многоуровневым прогнозированием, в рамках которого каждый предсказанный результат обусловлен связанной вероятностной мерой, которая, в свою очередь, приводит к целому ряду вероятностей, а не к одной. Такие прогнозы могут быть адаптированы для применения в любой сфере социально-экономической системы. Например, прогностическая аналитика в сфере продаж включает в себя оценку логистических рисков и нагрузок, избыток или недостаток

товара в той или иной точке города (или города в регионе, или региона в стране и т. п.), спрос на тот или иной товар и мн. др., давая таким образом не только крупному, но и малому и среднему предпринимательству улучшать свою рентабельность и выполнять потребности людей.

По данным компании Carpgemini Consulting на 2017 г., из 1000 опрошенных компаний в самых разных сферах (от игр до производства продуктов) 78 % компаний уже внедрили машинное обучение для увеличения продаж, повышения операционной эффективности, повышения лояльности клиентов, получения новых идей, анализа данных и т.п. или находятся на стадии его внедрения. В 2020 г. любая компания, которая начинает или уже ведет свою коммерческую деятельность, использует свои или сторонние программы для упрощения и увеличения эффективности ведения коммерческой деятельности.

Машинное обучение способно масштабироваться по огромному спектру услуг по управлению контрактами, финансам, обслуживанию клиентов, продажам, качеству, котировкам к деньгам, юридическим вопросам, производственным задачам и ценообразованию, и все это благодаря его способности постоянно совершенствоваться. Машинное обучение использует алгоритмы итеративного характера, которые постоянно стремятся оптимизировать уже имеющиеся результаты.

Каждый раз, находя ошибку в процессе просчета, алгоритмы машинного обучения исправляют ее и начинают новую итерацию анализа данных. Такие вычисления происходят за миллисекунды, из-за чего машинное обучение становится более эффективным при прогнозировании результатов и оптимизации решений любой сложности.

Рассмотрим результаты прогнозирования продаж на основе открытых данных компании Advanced Consultancy.

На своем сайте компания Advanced предлагает ознакомиться с результатами внедрения алгоритмов машинного обучения на основе своей программы A и D (а эту так) в компании U (примем условные обозначения). Платформа A была выбрана с целью поддержки и рационализации существующих процессов планирования продаж и операций (ППиО), D призвана стимулировать более эффективное взаимодействие ключевых команд и пользователей процесса, более быструю реакцию на постоянно меняющиеся реалии рынка и по-

вышение доступности актуальных данных и показателей для ключевых сотрудников, чтобы они могли принимать решения в режиме реального времени. По результатам внедренных алгоритмов в 2019 г. в сравнении с 2018 г. благодаря IT-решению А экономия составила более 14 000 ч / мес. в сегменте ППиО в регионе присутствия США и 19 % затраченного времени по всему миру. Программа D позволила сократить время на коммуникацию и корпоративные встречи на 21 %.

Данные конференций последних лет говорят о стремительном скачке потребности в квалифицированных кадрах на фоне роста необходимости внедрения алгоритмов машинного обучения. Кроме увеличения качества предоставляемого продавцом товара, машинное обучение влияет и на спрос на высококвалифицированные кадры, задавая тем самым положительную тенденцию для развития как отдельно взятого индивида, так и общества в целом, переформатирование систем образования государств, создание новых сфер и форм обучения.

События весны и лета 2020 г. показали всему миру эффективность программных решений по переносу целых сфер деятельности в период ограничительных санитарно-эпидемиологических мер, наличие способов безопасного проведения совещаний и способах удаленной работы, а главное о том, что сфера информационных технологий только начинает доказывать свою эффективность, а появление Big Data, Machine Learning, Cloud Technology и т. п., в ближайшем будущем будет облегчать и трансформировать нашу жизнь и делать ее еще интереснее.

Библиографический список

1. Баженов, Д. И. Применение технологий bigdata в банковской сфере [Текст] / Д. И. Баженов, Е. Б. Золотухина // Теория. Практика. Инновации. – Стерлитамак : НИЯУ МИФИ, 2018. – С. 69–79.
2. Давыденко, Е. А. Эволюция концепции сбалансированной системы показателей: от истоков к цифровому предпринимательству [Текст] / Е. А. Давыденко // Российской предпринимательство. – М. : Креативная экономика, 2018. – С. 457–472.
3. Авдеева, И. Л. Стратегия кадровой политики в эпоху цифровой экономики / И. Л. Авдеева, О. А. Базарнова [и др.] ; под общ. ред. Н. А. Лытневой, Орел : СИУ – филиал РАНХиГС, 2019. – 273 с.

Формирование толерантности в семье

Зайцева Е. А.,

Омская гуманитарная академия,
научный руководитель – канд. псих. наук,
доцент Н. В. Савина

В последнее время довольно часто приходится слышать о потребности развития толерантности в связи с нарастающим проявлением националистических, расистских тенденций.

Сейчас в мире сложилось спорное отношение к людям иной национальности или расы, к беженцам, вынужденным переселенцам. Однако толерантность – качество не только отношения межэтнических и межнациональных. Это показатель отношения к пожилым людям, людям с физическими, интеллектуальными отклонениями и т. д. В данном случае толерантность рассматривается в контексте внимательности, стремления к общению, взаимовыручки.

Аспект толерантности есть понятие границы между толерантностью и равнодушием, где существует очень тонкая грань. Толерантность не безразличие, а большой, глобальный труд души! Именно она должна побудить подрастающее поколение к неприятию издевательств над слабыми, неуважения к старости, национальной либо расовой вражды [1].

Толерантность не появляется сама по себе из ниоткуда, она воспитывается. Когда речь идет о формировании толерантности в семье, то рассматриваются две составляющие: развитие у формирующейся личности толерантного отношения к окружающим и демонстрация толерантности к самому ребенку в семье. Важно воспитывать такие составляющие толерантности, как чуткость, доверие, отзывчивость, сопереживание, понимание сущности отличия от других и т. д. Начинать необходимо с воспитания тактичности по отношению к старшим в семье, к одноклассникам, к учителям. Обидные клички, обзывания, драки, естественно, должны осуждаться.

Но прежде чем формировать толерантность в своем ребенке, нужно, конечно же, начинать с себя. Во многих случаях взрослые совершенно не признают за детьми их прав на свободу, на самоопределение, права отличаться от своих родителей, не желают воспринимать собственного ребенка таким, каков он есть, не принимают его взглядов на мир, его ценностей. В наибольшей степени это

касается взаимоотношений родителей со своими детьми в подростковом возрасте [2].

Здоровье ребенка, как физическое, так и психическое, напрямую зависит от семьи. Именно в семье кроются все причины девиантного поведения. В той семье, где ребенок видит уважительное отношение друг к другу, готовность прийти на помощь, поддержку, вырастет, скорее всего, толерантный ребенок, в той же семье, где нет этих законов, очень трудно будет вырастить толерантного человека.

Существует еще один аспект в отношениях родителя и ребенка — отсутствие внимания старших к потребностям и любимым занятиям детей. Именно это довольно-таки серьезно отражается на этапе социального формирования личности ребенка.

Следующим моментом толерантности в любой семье оказывается взаимное рассмотрение и обсуждение событий и поведения каждого члена семьи. Здесь очень важным является то, что подвергать обсуждению и оценивать необходимо не только поведение ребенка, но еще и действия старших членов семьи. Любой родитель желает, чтобы его ребенок был благополучен и успешен, комфортно чувствовал себя в обществе, и, естественно, всякий хочет, чтобы вопросы антиобщественного поведения не затронули его ребенка [3].

Безусловно, школа несет в себе огромный воспитательный потенциал, однако семья и индивидуальные качества ребенка — это два основополагающих фактора социального формирования личности. Имеются разнообразные средства становления, расширения диапазона толерантности во взаимоотношениях родителей и детей. Следовательно, необходимо, чтобы вопрос развития толерантности у всех членов семьи стал одним из основных вопросов организации воспитательной деятельности в семье. Наиболее значимыми и решающими наставниками детей в семье остаются их родители, и, конечно же, если будет отсутствовать поддержка от родителей в этом важном вопросе, невозможно будет сформировать толерантность у ребенка.

В постижении практики толерантного поведения огромное влияние будет иметь собственный пример родителей. В большинстве случаев обстановка в семье, модель взаимоотношений между всеми членами семьи оказывают колоссальное влияние на зарождение и развитие толерантности у ребенка [4].

Школа и семья должны помогать в этом вопросе друг другу. В этой связи работу нужно осуществлять адресно и совместно с ро-

дителями учеников, раскрывая им необходимость формирования у школьников культуры общения, организуя коллегиальное обсуждение насущных трудностей с учениками и их родителями, так как именно собственный пример старших формирует у детей национальное определение, любовь к своей Родине, чувство уважения к иным национальностям и культурам, терпимость к иным взглядам, национальным традициям, другому вероисповеданию. Довольно сложным является процесс формирования толерантности у детей, если данная черта не присуща их родителям [5].

Педагогам вместе со школьниками нужно выстраивать сотрудничество на принципах доверительного отношения и уважения, взаимоподдержки и взаимопомощи, толерантности по отношению друг к другу. При формировании толерантности необходимо учитывать особенности детей, семей, где они воспитываются, их родителей и, конечно же, семейных взаимоотношений. В данном случае крайне необходимо знать ту атмосферу, в которой воспитывается ребенок. Ни для кого не секрет, что дома ребенок существует в иных по сравнению со школой условиях воспитания; таким образом, задача педагогов состоит в том, чтобы помочь родителям ребенка развить ту линию воспитания, которая была начата в школе. В случае, когда педагог приобретает в лице родителя союзника, он осуществляет поставленные задачи воспитания качественнее и успешнее [6].

Сейчас существуют разнообразные способы помощи семьям в формировании толерантности. Вот важнейшие из них.

1. Необходимо разговаривать с ребенком о толерантности. При этом нужно объяснять, что все люди разные, нет абсолютно одинаковых людей либо каких-то особенных, привилегированных.

2. В различных жизненных ситуациях нужно поддерживать и понимать ребенка, тем самым научить его таким качествам, как терпимость к другим, понимание и прощение людей, проявлению благожелательности и альтруизма. Нельзя избегать обсуждения с детьми социально острых вопросов. Они должны понимать, что не существует запрещенных тем для обсуждения.

3. Нужно осознанно моделировать те ситуации, которые будут способствовать расширению взаимодействия ребенка с людьми, социализировать его. Также можно вместе с детьми смотреть фильмы и читать книги, популяризирующие важность толерантности.

4. Ни в коем случае нельзя оставлять без внимания всяческие проявления интолерантности (ведь это может остаться в подсозна-

нии ребенка как норма поведения). Необходимо бороться с предрассудками, которые идут от посторонних людей, убеждать, оспаривать предрассудки; именно родители должны и обязаны развивать у своего ребенка благожелательность, сопереживание и сочувствие.

5. Если случилось, что ребенок стал испытывать на себе проявления интолерантного отношения, то, во-первых, необходимо оказать ему поддержку, во-вторых, вместе выработать способы противостояния данным проявлениям [7].

Библиографический список

1. Грушевицкая, Т. Г. Основы межкультурной коммуникации [Текст] / Т. Г. Грушевицкая, В. Л. Попков, А. П. Садохин. – М., 2016. – 170 с.
2. Богданова, В. В. Толерантность младших школьников: понятие, модель формирования [Текст] / В. В. Богданова // Известия Пензенского гос. пед. ун-та им. В. Г. Белинского. – Пенза : ПГПУ, 2016. – № 6. – С. 87–91.
3. Мацковский, М. С. Толерантность как объект социологического исследования [Текст] / М. С. Мацковский // Межкультурный диалог: исследования и практика / под ред. Г. У. Солдатовой, Т. Ю. Прокофьевой, Т. А. Лютой. – М. : Центр СМИ МГУ им. М. В. Ломоносова, 2016. – С. 143.
4. Трубина, Л. Толерантная и интолерантная личность: основные черты и отличия [Текст] / Л. Трубина // Воспитание школьников. – 2015. – № 3. – С. 33–35.
5. Соловцова И. А. Содержание и формы воспитания: на пути к новой школе [Текст] / И. А. Соловцова // Воспитание школьника. – М. : Школьная пресса, 2015. – № 1. – С. 3–10.
6. Есжанова, М. М. Воспитание толерантности [Текст] / М. М. Есжанова // Воспитание школьника. – М. : Школьная пресса, 2015. – № 4. – С. 16.
7. Риэрдон, Б. Э. Толерантность – дорога к миру [Текст] / Б. Э. Риэрдон. – М. : Бонфи, 2015. – 304 с.

Оглавление

Журналистика, реклама и PR в современном обществе

<i>Загруддинова О. Р.</i> Дизайн современных общенациональных российских газет.....	3
<i>Линке А. С.</i> Структура выпусков новостей регионального телевидения.....	6
<i>Мухаметшина И. А.</i> Жанры передач региональных кабельных телеканалов.....	10
<i>Павлова А. Н.</i> Информационные жанры на телеканале «Санкт-Петербург»	14
<i>Чернакова Е.</i> Проблематика освещения судебных процессов прессой	16

Проблемы управления в современном обществе

<i>Акшыбаева М. А.</i> Характеристика деятельности департамента Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан по Алматинской области и управления им	22
<i>Акшыбаева М. А.</i> Совершенствование деятельности департамента Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан по Алматинской области	25
<i>Бородай Е. С.</i> Организация системы управления проектами на предприятии.....	29
<i>Горбатова Д. А.</i> Феномен российской политической элиты.....	35
<i>Медведюк О. Н.</i> Проблема формирования политической культуры в современном российском обществе	39
<i>Жаныбекова Г. Б. Однорцов Д. В.</i> Управление стратегическим развитием российско-китайских отношений.....	42
<i>Эзефельд М. О.</i> Особенности кадровой политики в органах власти.....	44

Актуальные проблемы педагогики, психологии и социальной работы

<i>Андреева В. В.</i> Активизация познавательной деятельности студентов посредством лекции-визуализации	49
<i>Аубакиров Б. С.</i> Профессиональное самоопределение молодежи как одна из актуальных проблем психолого-педагогических исследований	54
<i>Даулбаева С. Б.</i> Система духовно-нравственного воспитания и развития обучающихся в образовательной организации	58
<i>Жаныбекова Г. Б.</i> Стресс как один из видов эмоционального состояния человека	62
<i>Жусупова А. А.</i> Из опыта организации кураторской деятельности в казахстанских вузах непедагогического профиля	66
<i>Кравченко И. В.</i> Направления, формы и методы организации работы по патриотическому воспитанию школьников в общеобразовательной организации	71
<i>Лобарев Е. Г.</i> Обучение студентов на военной кафедре гражданского вуза	75
<i>Лысенко А. А.</i> Конструирование приемов активизации познавательной деятельности студентов	80
<i>Романенко Р. Ю.</i> Разработка проблемы активизации познавательной деятельности учащихся в психолого-педагогических исследованиях	85
<i>Таскарина З. К.</i> Формирование межличностных отношений как психолого-педагогическая проблема	89
<i>Токмина О. В.</i> Анализ проблемы состояния здоровьесберегающей среды в дошкольном учреждении	92
<i>Чижевский В. А.</i> Теоретические аспекты проблемы развития самооценки и «я»-концепции в детском возрасте	96

Право в современной России

<i>Горевая Е. В.</i> Способы повышения эффективности избирательного процесса	101
--	-----

Экономические процессы в современном обществе

<i>Бейсембаев И. Н.</i> Оценка конкурентоспособности предприятия	104
<i>Бейсембаев И. Н.</i> Основы стратегического конкурентного анализа	108
<i>Гринь Л. В.</i> Эффективность использования ресурсов АО «Банк Центркредит»	112
<i>Крылова А. В.</i> Диагностика состояния конкуренции на рынке потребительских товаров.....	116
<i>Крылова А. В.</i> Сущность финансового анализа и его роль в управлении деятельностью коммерческого предприятия	119
<i>Ничкова К. М.</i> Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства	122
<i>Ничкова К. М.</i> Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства на территории муниципального образования «город Покачи»	127
<i>Оконешникова Д. Ю.</i> Методы оценки персонала.....	132
<i>Подтуркин А. Э.</i> Перспективы использования event-marketing в сфере HoReCa	137
<i>Сидоренко О. Ю.</i> Методы нематериальной мотивации труда персонала.....	141
<i>Жумажанова Г. С.</i> Тренды фирменного стиля отрасли кондитерского производства	148
<i>Подтуркин А. Э., Стомпор Н. А.</i> Факторы, влияющие на поведение потребителей в условиях высокой конкуренции на рынке.....	155
<i>Тюменева Д. Р.</i> Методы повышения эффективности очистки питьевой воды при использовании нового фильтрующего материала.....	159
<i>Швалев А. А.</i> Экономический потенциал и перспективы развития муниципального образования «город Екатеринбург»	163
<i>Рябов А. П.</i> Машинное обучение как часть комплекса по повышению эффективности деятельности социально-экономических систем.....	175
<i>Зайцева Е. А.</i> Формирование толерантности в семье.....	178