



НАУЧНЫЙ
ФОРУМ
nauchforum.ru

ISSN: 2542-2162

№25(46)

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

СТУДЕНЧЕСКИЙ ФОРУМ



Г. МОСКВА



Электронный научный журнал

СТУДЕНЧЕСКИЙ ФОРУМ

№ 25 (46)
Ноябрь 2018 г.

Издается с февраля 2017 года

Москва
2018

Председатель редколлегии:

Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

Арестова Инесса Юрьевна – канд. биол. наук, доц. кафедры биоэкологии и химии факультета естественнонаучного образования ФГБОУ ВО «Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева», Россия, г. Чебоксары;

Ахмеднабиев Расул Магомедович – канд. техн. наук, доц. кафедры строительных материалов Полтавского инженерно-строительного института, Украина, г. Полтава;

Бахарева Ольга Александровна – канд. юрид. наук, доц. кафедры гражданского процесса ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия», Россия, г. Саратов;

Бектанова Айгуль Карибаевна – канд. полит. наук, доц. кафедры философии Кыргызско-Российского Славянского университета им. Б.Н. Ельцина, Кыргызская Республика, г. Бишкек;

Волков Владимир Петрович – канд. мед. наук, рецензент АНС «СибАК»;

Елисеев Дмитрий Викторович – кандидат технических наук, доцент, начальник методологического отдела ООО "Лаборатория институционального проектного инжиниринга";

Комарова Оксана Викторовна – канд. экон. наук, доц. доц. кафедры политической экономии ФГБОУ ВО "Уральский государственный экономический университет", Россия, г. Екатеринбург;

Лебедева Надежда Анатольевна – д-р филос. наук, проф. Международной кадровой академии, чл. Евразийской Академии Телевидения и Радио, Украина, г. Киев;

Маршалов Олег Викторович – канд. техн. наук, начальник учебного отдела филиала ФГАОУ ВО "Южно-Уральский государственный университет" (НИУ), Россия, г. Златоуст;

Орехова Татьяна Федоровна – д-р пед. наук, проф. ВАК, зав. кафедрой педагогики ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова», Россия, г. Магнитогорск;

Самойленко Ирина Сергеевна – канд. экон. наук, доц. кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова, Россия, г. Москва;

Сафонов Максим Анатольевич – д-р биол. наук, доц., зав. кафедрой общей биологии, экологии и методики обучения биологии ФГБОУ ВО "Оренбургский государственный педагогический университет", Россия, г. Оренбург;

Яковишина Татьяна Федоровна – канд. с.-х. наук, доц., заместитель заведующего кафедрой экологии и охраны окружающей среды Приднепровской государственной академии строительства и архитектуры, член Всеукраинской экологической Лиги.

С88 Студенческий форум: научный журнал. – №25(46). М., Изд. «МЦНО», 2018. – 92 с. – Электрон. версия. печ. публ. – <https://nauchforum.ru/journal/stud/46>.

Электронный научный журнал «Студенческий форум» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

Оглавление

Рубрика «Медицина и фармацевтика»	5
ВЛИЯНИЕ ЧРЕЗМЕРНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МОЮЩИХ СРЕДСТВ НА РИСК ВОЗНИКНОВЕНИЯ ОЖИРЕНИЯ У ДЕТЕЙ Пустотина Анастасия Игоревна Литвинов Виталий Александрович	5
«Педагогика»	8
МИНИМАЛЬНЫЕ ДИЗАРТРИЧЕСКИЕ РАССТРОЙСТВА КАК РЕЧЕВОЕ НАРУШЕНИЕ Баженова Татьяна Георгиевна Акименко Валентина Михайловна	8
К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ КОМПЕТЕНТНОСТИ ПЕДАГОГОВ ДОО В СЕНСОРНОМ ВОСПИТАНИИ ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА Стегленко Нина Александровна	11
Рубрика «Технические науки»	15
СТРУКТУРНОЕ УЛУЧШЕНИЕ ГИДРАВЛИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ Гусев Дмитрий Валерьевич	15
АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ СИСТЕМА СВОДНОЙ ВЕДОМОСТИ СТУДЕНТОВ Латыпова Зарина Эдуардовна Ашурова Нилуфар Зафарджоновна Максимова Ангелина Михайловна Рахматуллина Анастасия Олеговна	20
РАЗРАБОТКА ПЛАНИРОВОЧНЫХ РЕШЕНИЙ ТИПОВЫХ ЭТАЖЕЙ ГОСТИНИЦ, РАСПОЛОЖЕННЫХ В ЗОНЕ ВЛИЯНИЯ ШУМА АВТО– И АВИАТРАНСПОРТА ГРАЖДАНСКОГО АЭРОПОРТА ГОРОДА КРАСНОДАРА Мурашова Светлана Андреевна	24
РАСЧЕТ ПАРАМЕТРОВ НАПЛАВКИ РАБОЧИХ ВАЛКОВ ГОРЯЧЕЙ ПРОКАТКИ Муслимов Бибатыр Галымжанович Абдикаримова Айганым Адилбековна	28
ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К АВТОМАТИЗИРОВАННЫМ СИСТЕМАМ УПРАВЛЕНИЯ ГАЗОРАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ СТАНЦИИ Панферов Михаил Михайлович	32
ИССЛЕДОВАНИЕ И ОПТИМИЗАЦИЯ ТЕХНИЧЕСКИХ ПОТЕРЬ ПРИ ПЕРЕДАЧЕ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ ПОТРЕБИТЕЛЯМ Пащенко Антон Сергеевич Кочубей Дмитрий Леонидович Овчинников Сергей Борисович Соболев Олег Григорьевич Наумов Иван Иванович	35

Рубрика «Химия»	40
ИССЛЕДОВАНИЕ ЖЕСТКОСТИ НА ТЕРРИТОРИИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ, КАК ОДНОГО ИЗ КРИТЕРИЕВ КАЧЕСТВА ВОДОПРОВОДНОЙ ВОДЫ Лашина Анна Александровна	40
Рубрика «Экономика»	44
КАК ОТКРЫТЬ СОБСТВЕННОЕ ДЕЛО БЕЗ КРЕДИТА? Асанова Карина Иргалиевна Садыкова Диана Марсовна	44
РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ Белогубова Анастасия Павловна Митина Наталья Николаевна	47
МЕСТО ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ Белогубова Анастасия Павловна Митина Наталья Николаевна	50
ОЦЕНКА ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Грозных Тамара Сергеевна	53
«НОВАЯ ЭКОНОМИКА» (ПОНЯТИЯ, ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ В ИЗУЧЕНИИ) Елунина Анастасия Юрьевна	56
ПРОДВИЖЕНИЕ ИНОСТРАННОГО БРЕНДА В РОССИЙСКОМ РИТЕЙЛЕ Лисицина Анастасия Олеговна Зезюлин Валерий Иванович	60
АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПЛАНИРОВАНИЯ СЕМЕЙНОГО БЮДЖЕТА Москова Аделина Егоровна Аникина Анастасия Сергеевна	65
УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЯМИ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ Мосолова Валерия Андреевна	67
ЦИФРОВИЗАЦИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РС(Я) Петрова Евдокия Ивановна	70
ГЛОБАЛЬНЫЕ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ: МЕСТО И РОЛЬ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ Ревяка Ксения Сергеевна	73
ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ Сенина Ольга Алексеевна	76
ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ Сенина Ольга Алексеевна	81
Рубрика «Юриспруденция»	85
СОВРЕМЕННОЕ УГОЛОВНОЕ ДОСУДЕБНОЕ ПРОИЗВОДСТВО В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН Бахтибаев Мурат Араббекович	85
ПОРЯДОК И ПОСЛЕДСТВИЯ ПРИЗНАНИЯ ЛИЦА НЕДОСТОЙНЫМ НАСЛЕДНИКОМ Клеветова Евгения Юрьевна	88

РУБРИКА**«МЕДИЦИНА И ФАРМАЦЕВТИКА»****ВЛИЯНИЕ ЧРЕЗМЕРНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МОЮЩИХ СРЕДСТВ
НА РИСК ВОЗНИКНОВЕНИЯ ОЖИРЕНИЯ У ДЕТЕЙ**

Пустотина Анастасия Игоревна

*студент, Оренбургский государственный университет,
РФ, г. Оренбург*

Литвинов Виталий Александрович

*старший преподаватель, Оренбургский государственный университет,
РФ, г. Оренбург*

С развитием промышленности связано развитие социальной сферы. Человек всегда стремится облегчить ведение быта, с этим связано активное использование большинством людей средств бытовой химии в повседневной жизни. Однако постоянное использование таких средств оказывает негативное влияние на здоровье, как взрослых, так и детей, организм которых наиболее подвержен вредным воздействиям.

Большому влиянию таких вредных воздействий подвержены органы, населенные сложной микрофлорой, прежде всего, кишечник. Нормальная микрофлора (нормофлора) желудочно-кишечного тракта является необходимым условием жизнедеятельности организма. Нормофлора (микрофлора в нормальном состоянии) - это качественное и количественное соотношение разнообразных популяций микробов отдельных органов и систем, поддерживающее биохимическое, метаболическое и иммунологическое равновесие, необходимое для сохранения здоровья человека. Важнейшей функцией микрофлоры является ее участие в формировании резистентности организма различным заболеваниям и обеспечение предотвращения колонизации организма человека посторонними микроорганизмами.

Вся микрофлора кишечника подразделяется на:

- облигатную - главная или обязательная микрофлора, около 90% от общего числа микроорганизмов. В состав облигатной микрофлоры преимущественно входят анаэробные сахаролитические бактерии: бифидобактерии (*Bifidobacterium*), пропионовокислые бактерии (*Propionibacterium*), бактероиды (*Bacteroides*), лактобактерии (*Lactobacillus*);

- факультативную - сопутствующая или добавочная микрофлора, составляет около 10% от общего числа микроорганизмов. Факультативные представители биоценоза: эшерихии (кишечные палочки - *Escherichia*), энтерококки (*Enterococcus*), фузобактерии (*Fusobacterium*), пептострептококки (*Peptostreptococcus*), клостридии (*Clostridium*) зубактерии (*Eubacterium*) и др. обладают рядом физиологических функций, важных для биотопа и организма в целом. Однако преобладающая их часть представлена условно-патогенными видами, которые при патологическом увеличении популяций могут вызывать серьезные осложнения инфекционного характера.

- остаточную - транзиторная микрофлора или случайные микроорганизмы, менее 1% от общего числа микроорганизмов. Остаточная микрофлора представлена различными сапрофитами (стафилококки, бациллы, дрожжевые грибки) и прочими условно-патогенными представителями энтеробактерий, к которым относятся кишечные: клебсиеллы, протеи, цитробактеры, энтеробактеры и т.д. Транзиторная микрофлора (*Citrobacter*, *Enterobacter*, *Proteus*, *Klebsiella*, *Morganella*, *Serratia*, *Hafnia*, *Kluuyvera*, *Staphylococcus*, *Pseudomonas*, *Bacillus*, дрожжи и дрожжеподобные грибы и др.).

Микрофлора кишечника выполняет ряд важных функций:

- Защитную – подавление патогенной микрофлоры;
- Ферментативную – анаэробное переваривание остатков пищи;
- Синтез витаминов – нормальная микрофлора обеспечивает синтез всех витаминов группы В, значительную часть никотиновой кислоты и других витаминов;
- Синтез ряда аминокислот и белков;
- Участие в обмене микроэлементов – усиление процессов всасывания ряда веществ через стенки кишечника;
- Детоксикация ксенобиотиков - обезвреживание токсических веществ;
- Иммунная функция – способствует созреванию и становлению иммунитета у детей.

Поэтому, нарушения в составе микрофлоры кишечника часто приводят к различным заболеваниям, а также часто становятся причиной избыточного веса и ожирения.

Ожирение – избыточные жировые отложения в подкожной клетчатке, органах и тканях. Проявляется увеличением массы тела на 20 и более процентов за счет жировой ткани. Ожирение у детей – состояние, при котором фактическая масса тела ребенка превышает возрастной норматив на 15% и более, а индекс массы тела ≥ 30 . Данные исследований свидетельствуют, что избыточную массу тела имеют около 12% российских детей, а ожирение - 8,5% детей, проживающих в городах, и 5,5% - в сельской местности. Во всем мире отмечается эпидемический рост распространения ожирения среди детей, что требует серьезного отношения к данной проблеме со стороны педиатрии и детской эндокринологии. Почти у 60% взрослых, страдающих ожирением, проблемы с лишним весом начались в детском и подростковом возрасте.

Наличие ожирения у детей является фактором раннего развития ряда заболеваний – атеросклероза, гипертонической болезни, стенокардии, сахарного диабета 2 типа. Со стороны пищеварительной системы может отмечаться формирование хронического холецистита и ЖКБ, панкреатита, запоров, геморроя, жирового гепатоза, а в дальнейшем – цирроза печени. У детей с избыточным весом и ожирением чаще возникают расстройства питания (анорексия, булимия) и нарушения сна (храп и синдром сонных апноэ).

Повышенная нагрузка на костно-мышечную систему обуславливает развитие у детей с ожирением нарушений осанки, сколиоза, артралгий, артроза, вальгусной деформации стоп, плоскостопия. Ожирение у подростков нередко служит причиной депрессии, насмешек со стороны сверстников, социальной изоляции, девиантного поведения. У женщин и мужчин, страдающих ожирением с детства, имеется повышенный риск развития бесплодия.

Группа канадских ученых Альбертского университета, под руководством профессора Аниты Козырски провела масштабные исследования, посвященные влиянию чистящих средств на микрофлору детей и развитие у них ожирения.

В ходе исследования был проведен анализ кишечной микрофлоры 757 детей в возрасте 3-4 месяцев, а затем в возрасте 1-3 лет с одновременным контролем их веса. Критериями для исследуемой группы младенцев послужили: одиночные роды не ранее 35-й недели беременности, вес при рождении не менее 2500 г. Исключения составили младенцы, рожденные с помощью искусственного оплодотворения, а также появившиеся на свет путем домашних родов из-за отсутствия данных об антибиотикотерапии у матерей.

Через 3-4 месяца после родов, матерям было предложено пройти опрос по аспектам их здоровья – наличие заболеваний астмой и аллергией, а также индекс массы тела; домашней обстановки – курение в помещении, количество братьев и сестер, домашних животных; личного использования чистящих средств – опрос о частоте использования определенных химических чистящих средств. Средства были сгруппированы по механизму действия: дезинфицирующие средства (универсальные, отбеливатель, очиститель туалетов, очиститель ванн, очиститель пола); моющие средства (средство для мытья рук, средства для посудомоечной машины, средства для стирки, кондиционеры для белья, стеклоочиститель, очиститель для ткани, очиститель духовок и плит); прочие химические средства (освежители воздуха, ароматизированные свечи, лаки для ногтей, мебельный лак). В первой группе самым распро-

страненным оказалось универсальное средство очистки (22%), во второй – средства для мытья рук (26%), в третьей – распыляемые освежители воздуха (18%). Почти 80% опрошенных пользовались данными средствами ежедневно. Также было проведено исследование влияния на изменение кишечной микрофлоры под воздействием использования экологичных чистящих средств.

Таким образом, было выявлено, что у младенцев, живущих в домах с более высоким использованием дезинфицирующих средств, наблюдается повышенный уровень бактерии *Lachnospiraceae* (3,320% против 1,197%), а также пониженный уровень *Haemophilus* (0,015% против 0,046%) и *Clostridium* (0,015% против 0,054%). Это тот же самый состав бактерий, который часто наблюдается у пациентов с экземой и диабетом, отмечают медики, подчеркивая, что бактерии *Clostridium* также играют важную роль в пищеварении и иммунитете человека. К возрасту трех лет у детей с такими показателями наблюдалась избыточная масса тела. Кроме того, дети с большим количеством бактерий *Lachnospiraceae* также в 1,6 раза чаще имели большое количество бактерий *Ruminococcus*.

Активное применение «биологических» средств не вызвало повышение уровня *Lachnospiraceae*, однако снижает уровень энтеробактерий (*Enterobacteriaceae*). В результате дети из данной группы имели нормальный здоровый вес. Это может быть связано с тем, что такие продукты оказывают наименьшее влияние на кишечные бактерии детей, а также с тем, что люди, которые используют эти чистящие средства, ведут здоровый образ жизни.

Таким образом, антибактериальные чистящие средства могут вызывать состав кишечной микрофлоры у детей, что приводит к избыточной массе тела ребенка.

Список литературы:

1. Бабин В.Н., Домарадский И.В., Дубинин А.В., Кондракова О.А. Биохимические и молекулярные аспекты симбиоза человека и его микрофлоры // Рос. хим. журн. (ЖРХО им. Менделеева). — 1994. — Т. 38(6).
2. Куваева И.Б., Ладодо К.С. Микрoэкологические и иммунные нарушения у детей. — М.: Медицина, 1991.
3. Картелишев А.В., Румянцев А.Г., Смирнова Н.С. Ожирение у детей и подростков. — М.: Бином, 2013.
4. Mon H. Tun, Hein M. Tun, Justin J. Mahoney, Theodore B. Konya. Postnatal exposure to household disinfectants, infant gut microbiota and subsequent risk of overweight in children // Canadian Medical Association Journal. — 2018. — Т. 190(37).

РУБРИКА**«ПЕДАГОГИКА»****МИНИМАЛЬНЫЕ ДИЗАРТРИЧЕСКИЕ РАССТРОЙСТВА
КАК РЕЧЕВОЕ НАРУШЕНИЕ**

Баженова Татьяна Георгиевна

*студент, ГБОУ ВО СГПИ,
РФ, г. Ставрополь*

Акименко Валентина Михайловна

*канд. пед. наук, доцент, ГБОУ ВО СГПИ,
РФ, г. Ставрополь*

В дошкольном возрасте наиболее распространённым речевым нарушением являются минимальные дизартрические расстройства, проявляющиеся в стойких нарушениях фонетических навыков.

В исследованиях И.Б. Карелиной, В.Л.В. Лопатиной, Г.Г. Гуцмана, О.В. Правдиной, Л.В. Мелеховой, О.А. Токаревой указывается на сложность дифференциальной диагностики и коррекции данного речевого нарушения, в связи со значительным сходством с другими артикуляторными расстройствами, чаще всего отмечается ее схожесть с тяжелыми формами дислалии.

У детей от 3 - до 7 лет минимальные проявления дизартрии наиболее часто встречаются среди других форм речевых отклонений, которые имеют тенденцию к росту.

В логопедических группах среди других речевых отклонений стертая дизартрия занимает $\frac{1}{4}$ часть.

Эта речевая патология влечет за собой вторичные отклонения в развитии просодической стороны речи, что заметно сказывается на процессе формирования лексики и грамматики в целом. В будущем это может заметно отразиться на эффективности обучения детей в школе и повлечь за собой множество проблем с социальной адаптацией и учебным процессом. Данная актуальная проблема в логопедии часто поднималась в работах таких ученых, как Т.Б. Филичева, И.А. Чевелева, Г.В. Чиркина, Г.В. Гуровец, С.И. Маевская, Р.Е. Левина, Л.В. Лопатина, Н.В. Серебрякова, Р.И. Мартынова, Л.В. Мелехова, Е.Ф. Собонович.

В то же время проявления легкой формы дизартрии остаются слабо изученными. Термин «стертая дизартрия» все еще является дискуссионным, поэтому нет единопринятого понятийного подхода к обозначению данной речевой патологии.

Одновременно могут встречаться в различной литературе и практике такие понятия, как стертая дизартрия, дизартрический компонент, минимальные дизартрические расстройства, «мягкая» дизартрия, минимальный дизартрический синдром.

Главным этиологическим звеном в составе дефекта речи при стертой дизартрии являются поражения структур головного мозга микроорганического характера, приводящие к нарушению функций со стороны речедвигательных нервов (тройничный, лицевой, подъязычный, языкоглоточный и блуждающий). Неяркие, стертые нарушения со стороны черепно-мозговых нервов могут быть установлены в процессе длительного, динамического наблюдения, при выполнении усложняющихся двигательных заданий. Такие нарушения отражаются на фонематическом слухе, восприятии, способности к фонематическому анализу и синтезу, на фонематических представлениях, а также заметно сказывается на физических проявлениях, например, на быстром утомлении лицевых мышц и мышц артикуляционного аппарата при непродолжительных нагрузках, на мелкой и общей моторике, что заметно при

попытках сделать ритмичные движения или собрать мелкие предметы воедино. Также может наблюдаться одинаковое развитие функций обеих рук и псевдорукость.

В работах Г.Г. Гуцмана, Л.В. Мелеховой, О.А. Токаревой, И.И. Панченко, Р.И. Мартыновой рассматриваются вопросы симптоматики дизартрических расстройств речи, при которых наблюдается «смазанность» и «нечеткость» произношения, невнятность речи и плохая дикция. Авторами отмечается схожесть данных проявлений с тяжелыми формами дислалии. Но отличительной чертой данного речевого дефекта являются выраженные нарушения фонетической стороны речи, имеющие свой специфический механизм, отличающийся от механизмов дислалии.

На данный момент собран обширный теоретический материал по проблемам патогенеза, этиологии и симптоматики различных клинических нарушений, проявляющихся в речевых и неречевых функциях при минимальных дизартрических расстройствах, что подробно рассматривается в учениях Л.В. Лопатиной, Р.И. Мартыновой, Л.В. Мелеховой, Э.Я. Сизовой, Э.К. Макаровой, Е.Ф. Собонович и др. Однако остается мало изучен вопрос формирования фонетических навыков у детей с указанной речевой патологией. Отсутствуют экспериментально подтвержденная информация о влиянии фонетического контекста на специфичность и характер нарушений звукопроизношения при минимальном дизартрическом синдроме.

Исследования ряда лингвистов, педагогов, психологов, а именно: Д.Б. Эльконина, А.Р. Лурия, Д.Н. Богоявленского, Ф.А. Сохина, А.Г. Тамбовцевой, Г.А. Тумаковой и др, подтверждают, что элементарное осознание фонетических особенностей звучащего слова влияет на усвоение грамматического строя, словаря, дикции и артикуляции, и на общее развитие речи в целом. Поэтому для ребёнка с речевыми нарушениями лучше будет прийти в школу не только с фонетически, грамматически и лексически правильно сформированной речью, но и владеющим чтением.

В трудах Л.В. Лопатиной, Н.В. Серебряковой, Э.Я. Сизовой, Э.К. Макаровой и Е.Ф. Собонович поднимаются вопросы о диагностике и дифференцированном обучении дошкольников с минимальными симптомами дизартрии. Но существующие методы логопедической помощи недостаточно разграничены в зависимости от структуры и механизма дефекта при различных проявлениях минимальных дизартрических расстройств.

Проблема исследования стертой дизартрии определяется актуальностью и значимостью этих вопросов, недостаточной изученностью особенностей звукопроизношения в зависимости от фонетического контекста, с одной стороны, и, с другой стороны, необходимостью определения условий повышения продуктивности коррекционно-логопедической помощи по формированию звукопроизношения у детей с минимальным дизартрическим синдромом. Наиболее часто встречающиеся дефекты звукопроизношения: боковое, межзубное, смягченное произношение звуков; замены сложных артикуляционных укладов звуков на более простые, при этом страдают три группы звуков: свистящие, шипящие, соноры. Нарушения звукопроизношения и просодических компонентов речи у таких деток, обусловлены органической недостаточностью иннервации мышц речевого аппарата, которые с трудом поддаются коррекции и отрицательно влияет на формирование личности в целом. Стоит подчеркнуть, что дошкольники с минимальными дизартрическими проявлениями нуждаются в целенаправленных логопедических занятиях, которые являются основной формой коррекционного обучения и предназначаются для систематического развития всех компонентов речи и подготовки к школе.

Для того, чтобы коррекционная логопедическая работа с детьми с минимальными дизартрическими расстройствами, была результативной, логопеду необходимо в полной мере представлять себе особенности фонетико-фонематического развития детей с указанной речевой патологией, и иметь хорошую теоретическую и практическую подготовку.

Чем успешнее пройдет коррекция речевых навыков у детей с дизартрическими расстройствами в дошкольном возрасте, тем более полноценным будет усвоение школьного материала в будущем.

Список литературы:

1. Лопатина Л.В. Фонетико-фонематические нарушения и их коррекция у дошкольников с дизартрией. СПб, РГПУ им. А.И. Герцена, 2014.
2. Лопатина Л.В. Дифференциальная диагностика дизартрии и функциональных расстройств звукопроизношения. СПб, Союз, 2016.
3. Карелина И.Б. Логопедическая работа с детьми с минимальными мозговыми дизартрическими расстройствами. СПб, 2012.
4. Елецкая О.В., Логинова Е.А., Пеньковская Г.А., Смирнова В.П., Мониторинг коррекционно-логопедической работы. Учебно-методическое пособие. М.: ФОРУМ, 2016.
5. Винарская Е.Н. Дизартрия. - М., 2015.

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ КОМПЕТЕНТНОСТИ ПЕДАГОГОВ ДОО В СЕНСОРНОМ ВОСПИТАНИИ ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Стегленко Нина Александровна

*магистрант, Сургутский государственный педагогический университет
РФ, г. Сургут*

Аннотация. В статье уточняются понятия «компетенция», «компетентность», «педагогическая компетентность педагога ДОО», раскрывается содержание процесса формирования компетентности педагогов ДОО в сенсорном воспитании детей младшего дошкольного возраста.

Ключевые слова: компетенция, компетентность, педагогическая компетентность педагога ДОО.

Процесс познания маленького человека отличается от процесса познания взрослого. Взрослые познают мир умом, маленькие дети эмоциями. Познавательная активность детей младшего дошкольного возраста выражается, прежде всего, в развитии восприятия, символической (знаковой) функции мышления и осмысленной предметной деятельности. Проблема сенсорного воспитания занимает одно из центральных мест в дошкольной педагогике.

Решение данной задачи педагогами дошкольных образовательных организаций осуществляется в рамках сенсорного воспитания детей дошкольного возраста, следовательно, педагог должен быть компетентным в решении данных задач.

Современные детские сады нуждаются в педагогах, способных самостоятельно планировать, организовывать педагогическую деятельность, а не просто выполнять должностные инструкции. Современный педагог должен владеть новыми технологиями (инновациями) и внедрять их в процесс дошкольного образования. А значит, педагоги должны повышать уровень педагогической компетентности, повышать свою квалификацию, стремиться к самообразованию и самосовершенствованию. В этой ситуации особенно важна профессиональная компетентность, основу которой составляет личностное и профессиональное развитие педагогов.

Чарльз Вудруфф (Charles Woodruffe, 1991) уверен, что слово «компетентность» следует использовать для того, чтобы сказать и о способности компетентно выполнять какую-то работу или ее часть, и о совокупности поступков, которые человек для этого совершает. Поэтому он считает, что для того, чтобы избежать недоразумений и путаницы, необходимо различать два термина: Компетентность это относящееся к человеку понятие, которое говорит об аспектах поведения, стоящего за компетентным выполнением работы. Компетенция это относящееся к работе понятие, которое говорит о сфере профессиональной деятельности, в которой человек компетентен.

А.В. Хуторской считает, что:

- Компетенция это совокупность взаимосвязанных качеств личности (знаний, умений, навыков, способов деятельности), задаваемых по отношению к определенному кругу предметов и процессов, и необходимых для качественной продуктивной деятельности по отношению к ним.
- Компетентность это владение, обладание человеком соответствующей компетенцией, включающей его личностное отношение к ней и предмету деятельности.

Определение профессиональной компетентности педагога ДОО давали и такие ученые, как А.М. Бородич, Р.С. Буре, А.И. Васильева, Е.А. Гребенщикова, М.И. Лисина, В.С. Мухина, Е.А. Панько, В.А. Петровский, Л.В. Поздняк, Л.Г. Семушина, В.И. Ядешко и др. Они определяют профессиональную компетентность педагога ДОО, как совокупность общечеловеческих и специфических профессиональных установок, позволяющих ему справляться с

заданной программой и особыми, возникающими в психолого-педагогическом процессе дошкольной образовательной организации, ситуациями, разрешая которые, он способствует уточнению, совершенствованию, практическому воплощению задач развития, его общих и специальных способностей.

Время дошкольного детства является периодом интенсивного сенсорного воспитания ребенка. От его уровня зависит успешность умственного, физического, эстетического воспитания детей. Одна из задач детского сада на этапе завершения дошкольного образования обеспечить наиболее полное развитие детей дошкольного возраста с учетом возрастных и индивидуальных особенностей, подготовить детей к обучению в школе.

Готовность ребенка к школьному обучению определяется и его сенсорным развитием. Исследования педагогов психологов (Л.А. Вегнер, Э.Г. Пилюгина, О.М. Дьяченко и др.) показывают, что значительная часть трудностей, возникающих у детей в начальной школе, связаны с недостаточной точностью и гибкостью восприятия. Отсюда вытекают искажения в написании букв, построении рисунка, неточность в изготовлении поделок. К тому же они отмечают слабую развитость моторики рук и зрительно- моторной координации.

Для улучшения сенсорного развития детей дошкольного возраста необходимо обогащать теорию и практику дошкольного воспитания. Для этого надо разрабатывать и использовать наиболее эффективные средства и методы сенсорного воспитания в дошкольной образовательной организации.

Современное дошкольное образование является одной из самых развивающихся ступеней образовательной системы Российской Федерации. Именно поэтому особо актуальной становится задача обеспечения дошкольных организаций профессионально компетентными педагогическими кадрами, способными к эффективному управлению образовательным процессом и содействию успешной социализации детей дошкольного возраста. В связи с этим к педагогу детского сада предъявляются новые более высокие требования к его профессиональной деятельности. Если педагог не будет обладать достаточными компетентностями, предъявляемыми Профессиональным стандартам, он не сможет справиться с поставленными задачами ФГОС ДО и Законом Об образовании в РФ.

Исходя из современных требований, можно определить основные пути развития профессиональной компетентности педагога: работа в методических объединениях, творческих группах; исследовательская и экспериментальная деятельность; инновационная деятельность, освоение новых педагогических технологий; различные формы педагогической поддержки; виртуальные командировки; курсы повышения квалификации; самообразование и обобщение собственного педагогического опыта и др.

Рассмотрим более подробно некоторые из предложенных путей формирования профессиональной компетентности педагогов ДОО:

1. Работа в методических объединениях, творческих группах: цель работы методических объединений всестороннее повышение компетентности и профессионального мастерства каждого педагога, развитие и повышение творческого потенциала педагогического коллектива в целом и, в конечном счете, повышение качества и эффективности образовательного процесса. Задачи методического объединения: обмен практическим опытом педагогической деятельности; формирование основных компетенций, необходимых для создания условий развития детей в соответствии с ФГОС ДО; повышение эффективности работы воспитателей в условиях введения ФГОС ДО; трансляция и распространение опыта успешной педагогической деятельности; создание условий для освоения педагогами инновационных образовательных технологий; подготовка педагогов - тьюторов для сопровождения инновационных площадок на базе ДОО; создание у педагогов мотивации на совместную деятельность, усиление чувства сплоченности; развитие доверия между педагогами, понимание и принятие индивидуальных особенностей друг друга. Формы занятий методического объединения по параллелям возрастных групп носят продуктивный характер деятельности: теоретические доклады, сообщения, семинары-практикумы, диспуты, дискуссии, открытый просмотр деятельности, мастер-класс и т.п.

2. Инновационная деятельность, освоение новых педагогических технологий.

Инновация (от латинского «innovation» нововведение; изменение, обновление). Синонимом к понятию инновации является понятие - новшество, нововведение. Другими словами инновации – это введение нового в цели, содержание, формы и методы воспитания и обучения, организации совместной деятельности педагогов и детей дошкольного возраста.

Здесь же можно отметить, что деятельность, направленная на поиск и реализацию инноваций (нововведений) в целях расширения ассортимента и повышения качества продукции, совершенствования технологии и организации производства называется инновационной деятельностью. Включение педагога в инновационную деятельность влияет на повышение уровня профессиональной компетентности педагога, активизирует его желание к повышению аттестации, к самовыражению, самореализации при решении педагогических задач, к получению новых знаний. Педагогическая технология – специальный набор форм, методов, способов, приемов, средств направленных на воспитание и обучение дошкольников, используемых в образовательном процессе к качеству системы.

На сегодняшний день это один из способов воздействия развития и воспитания детей. Так же применение разных видов технологий позволяет развивать творческое мышление, умение ориентироваться в информационном пространстве, развивать познавательные навыки детей, формулировать и решать проблемные ситуации.

Ребенок приобретает определенный набор компетенции (знания, умения, навыки), учится пользоваться этими знаниями для решения разного рода задач, работая в небольшой группе, коллективе.

Руководство инновационной деятельностью осуществляется в различных формах. Одним из главных принципов руководства является поддержка педагога такими средствами, как образовательные (консультации, семинары и др.) материальные (премии, стимулирующие доплаты и др.). К тому же наиболее важным моментом является процесс рефлексии и понимания собственной педагогической деятельности среди самих педагогов.

3. Различные формы педагогической поддержки – одна из форм методической работа в ДОО (А.И. Васильева) – это комплексный и творческий процесс, в котором осуществляется практическое обучение воспитателей методам и приемам работы с детьми.

По мнению Л.Н. Ахматовой деятельность методической службы ДОО способствует развитию профессиональной компетентности педагогов. Автор отмечает, что «методическая служба, в процессе организации своей деятельности целенаправленно осуществляет подготовку педагогов посредством совершенствования когнитивного, деятельностного и профессионально-личностного компонентов профессиональной компетентности, учитывает в содержании подготовки ожидания, как конкретного образовательного учреждения, так и индивидуальные возможности педагогов».

К.Ю. Белая определяет методическую работу, как целостную систему деятельности, направленную на обеспечение наиболее эффективного качества реализации стратегических задач ДОО.

Целью методической работы в ДОО является создание оптимальных условий для непрерывного повышения уровня педагогической компетентности участников образовательного процесса.

Главная задача методической службы заключается в том, чтобы выработать систему, найти доступные, эффективные форму и методы повышения компетентности педагогов ДОО.

Итак, мы считаем, что данные формы работы будут более эффективными, если педагоги ДОО будут сами заинтересованы в развитии своей компетентности в сенсорном воспитании детей младшего дошкольного возраста. Следует отметить, что ключевой фигурой организованного образовательного процесса детского сада, все же, является педагог, обладающий основными компетенциями. Именно от уровня компетентности педагога, зависит уровень знания дошкольников, и результат образования детей младшего дошкольного возраста.

Список литературы:

1. Венгер, Л.А., Пилюгина, Э.Г., Венгер, Н.Б. Воспитание сенсорной культуры ребёнка [Текст] / Л.А. Венгер, Э.Г. Пилюгина, Н.Б. Венгер. - М.: 1998.
2. Федеральный закон "Об образовании в Российской Федерации" N 273-ФЗ от 29 декабря 2012 года с изменениями 2018 года [Текст]
3. Белая, К.Ю. Методическая работа в ДОУ: анализ, планирование, формы и методы. [Текст] / К.Ю. Белая - М.: Перспектива, 2010. - 290 с.
4. Хуторской, А.В. ключевые компетенции как компонент личностно- ориентированной парадигмы образования. [Текст]/А.В. Хуторской //народное образования. – 2003.- №2.- с. 58-64.
5. электронный ресурс: <https://moluch.ru/archive/10/777/>
6. электронный ресурс: <https://scienceforum.ru/2017/article/2017039113>
7. электронный ресурс: <https://studbooks.net/755768/pedagogika/vvedenie>

РУБРИКА

«ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ»

СТРУКТУРНОЕ УЛУЧШЕНИЕ ГИДРАВЛИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

*Гусев Дмитрий Валерьевич**студент, Карагандинского государственного университета,
РК, г. Караганда*

1. ВВЕДЕНИЕ

Структурный анализ машины для гильотинной резки с коленчатым валом использован с применением метода конечных элементов для изучения характеристик вибрации для верхних, нижних пластин и несущих пластину [1]. Аналитическая модель деформации пресса с использованием теории изгиба балок Тимошенко [2] приводит к оптимизации формы, размеров и начальной деформации машины для минимизации ошибки обработки [3]. Было разработано модульное моделирование станка для сокращения продолжительности подготовки модели к анализу и предварительно созданная сетка. Все еще полное моделирование в отношении виртуального машинного инструмента остается проблемой [4].

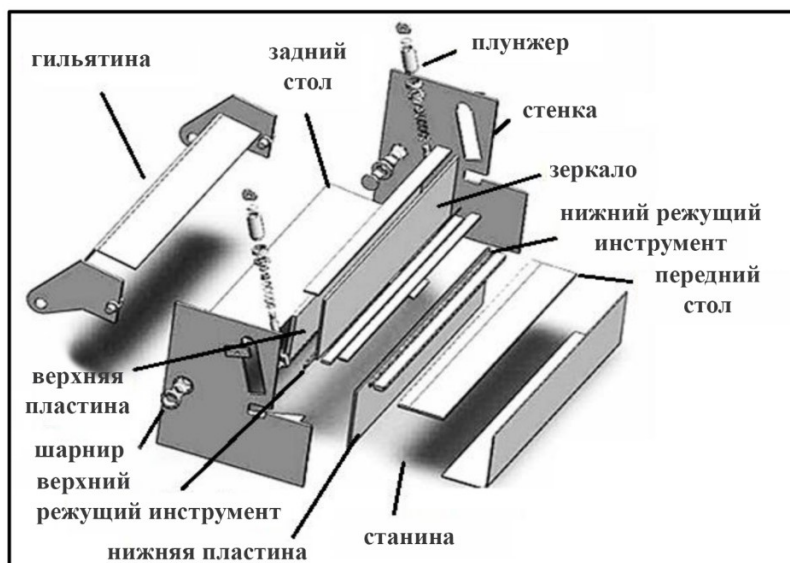


Рисунок 1. Основные элементы гидравлической гильотины

В этой статье рассматриваются структурные модификации конкретного промышленного гидравлического гильотинного станка. Типичная машина состоит из основания, включая стол, на котором закреплена нижняя лезвия, вращающаяся гильотина, на которой закреплена верхний режущий инструмент, два гидравлических цилиндра, работающих на гильотине с обеих сторон, и шарниры между основанием и гильотиной, см. Рис.1. Толщина заготовки 6 мм, угол резания станка 1,40, длину резания 3100 мм, максимальное гидравлическое давление 255 бар, мощность 11 кВт, габариты 3820 X 3835 X 1820 мм и вес 7 тонн.

Первая цель заключается в уменьшении увеличения зазора в результате горизонтального смещения обоих лезвий, которое изменяется во время процесса реза. Согласно промышленной практике, горизонтальная деформация должна составлять до 20% от номинального зазора лезвий, который устанавливается оператором машины на 3-10% толщины листа. Слишком большой зазор вызывает разрыв металла вместо реза.

Вторая цель заключается в уменьшении деформации в следствии воздействия крутящего момента на гильотину, что является следствием неспособности гидравлической системы непрерывно, независимо и быстро довести поток до гидравлических цилиндров в соответствии с перемещением точки резания вдоль стола. Это требует, чтобы гильотина была сформирована в относительно тяжелую оболочку.

2. МОДЕЛИРОВАНИЕ МАШИННОГО ИНСТРУМЕНТА

Станок состоит из 63 деталей, которые были смоделированы на пакете CAD-CAE SolidWorks. Они были собраны в виде четырех типов блоков, а именно: основание машины, гильотина, плунжер и шарнир, а их функциональность была обеспечена с помощью 38 контактов. Барабаны и шарниры считались слишком сложными, чтобы их можно было сохранить в качестве детальных моделей, поэтому их заменили соответствующими нагрузками, которые были рассчитаны аналитически, как в разделе 3. Таким образом, гильотина и основание машины выполнялись как отдельные модели, см. Рис. 0,2.

Средний элемент сетки составлял 32 мм для гильотины и 36 мм для основания машины. Допуск 1,6 мм для гильотины и 1,8 мм для основания машины.

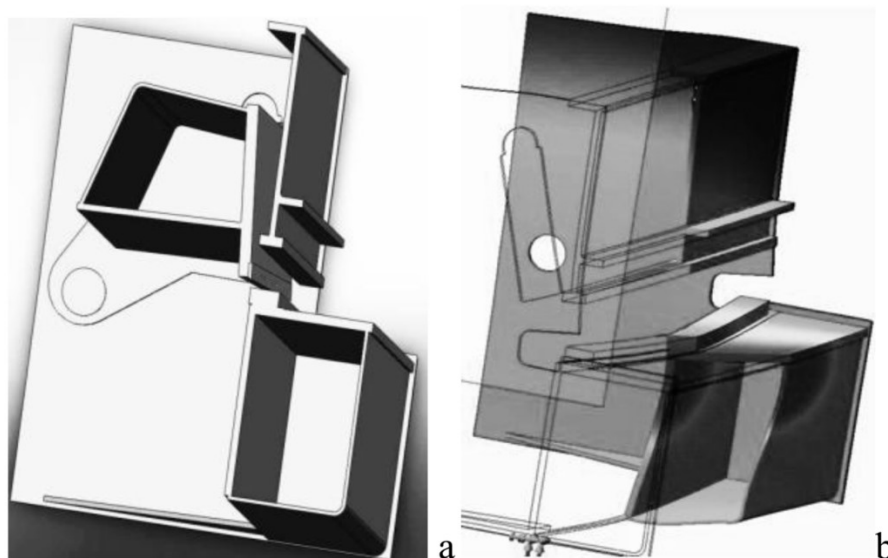


Рисунок 2 (а) Секционной узел машины (б) Деформированное основание

3. МОДЕЛИРОВАНИЕ НАГРУЗКИ

Компонент вертикальной поперечной силы задается как:

$$F_v = \sigma_v t^2 / 2 \tan \alpha \quad (1)$$

Где: $\sigma_v = 2,45-3,15$ НВ, t : толщина листа, α : угол сдвига

Отношение горизонтального (F_h) к вертикальному (F_v) коэффициента реза равно 1/3 теоретически, но до 1/5 практически. В рассматриваемом случае рассматривалась предельная сила, соответствующая $t = 6$ мм, $\alpha = 1,4^\circ$, НВ = 1540 Н / мм², в результате чего $F_v = 291,659$

$$N \text{ и } F_h = 97,220 \text{ N.}$$

Эта нагрузка рассчитана на 13 отдельных треугольных поверхностях - положения вдоль лезвия на расстоянии x от левого края, см. Фиг.3, что позволяет имитировать «движение» резания в процессе.

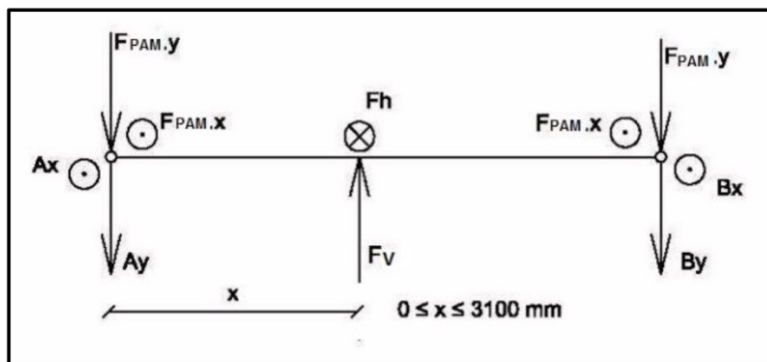


Рисунок 3 Свободная диаграмма тела вращающейся гильотины

Тривиальная сила и момент равновесия дают шарнирные реакции A_x , A_y , B_x , B_y зависимости от F_v , F_h , $F_{РАМ}$ и x , см. Рисунок 3. Учитывая, что компонент вертикальной силы приводится к моменту, равному распределению между двумя опорами, Сила Рамы должна быть способна создать противоположный момент для достижения равновесия. В случае с предельной силой это дает $F_{РАМ} = 548,562 \text{ N}$. Обратите внимание, что максимальное усилие разгона составляет $659,208 \text{ H}$.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

4.1. ДЕФОРМАЦИЯ ГИЛЬОТИННАЯ

Первоначальная конфигурация гильотины дает смещение более 120 мкм, см. Рис.4. Два варианта были рассчитаны на дополнительный вес 71 и 32 кг, см. Рис. 5, с двумя армирующими ребрами толщиной 15 мм и толстым горизонтальным лонжероном толщиной 2 мм. Таким образом, максимальное смещение уменьшилось до 32 мкм и 166 мкм соответственно, см. Рисунок 4.

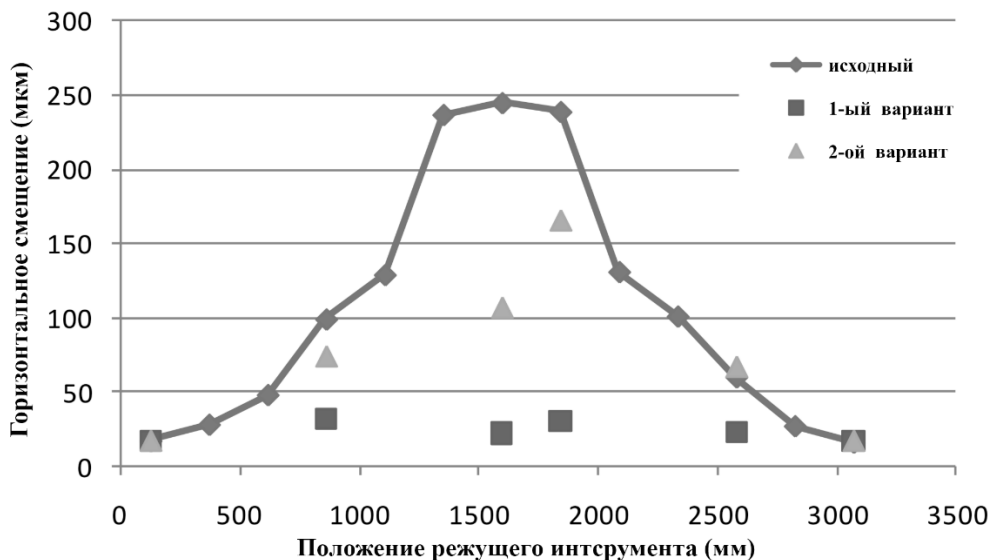


Рисунок 4: Смещение верхней лопатки (деформация гильотины)

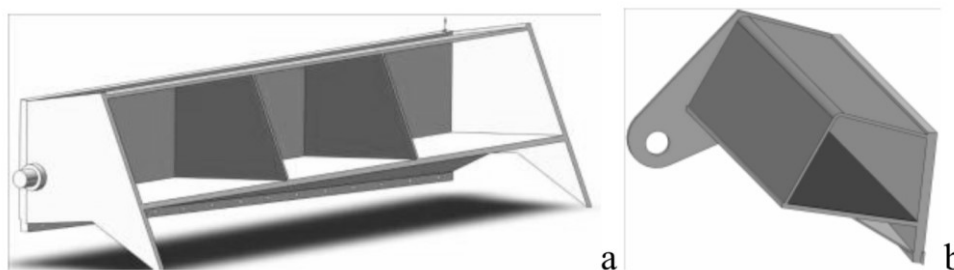


Рисунок 5 Варианты гильотины (а) ребра жесткости (b) увеличение толщины лонжерона

4.2. БАЗОВАЯ ДЕФОРМАЦИЯ

Начальная конфигурация основания дает высокое смещение лезвий, достигающее 322 мкм, см. Рисунок 6. Диаграмма деформации показана на рисунке 2 (b). Деформация вращающейся гильотины аналогична деформации основания из-за того, что их активные формы похожи, см. Рис. 2 (a). Были опробованы два варианта основания с двумя усиленными ребрами толщиной 15 мм и более толстым передним столом толщиной 5 мм, см. Рисунок 7. Смещение было уменьшено до 155 мкм для первого варианта и 304 мкм для второго варианта при дополнительной массе 74 кг и 50 кг соответственно.

4.3 КРУТЯЩИЙ МОМЕНТ ГИЛЬОТИНЫ

Первоначальная конфигурация основана на закрытой оболочке и обеспечивает максимальное вертикальное смещение 2043 мкм. Вариант, использующий оболочку толщиной 15 мм вокруг полного профиля, см. Фиг.8, снижает смещение до 945 мкм при дополнительном весе 721 кг, но препятствует проникновению внутрь этой оболочки. Вскоре стало очевидно, что, изменяя существующую конструкцию без значительного увеличения веса, торсионная деформация не может быть существенно снижена.

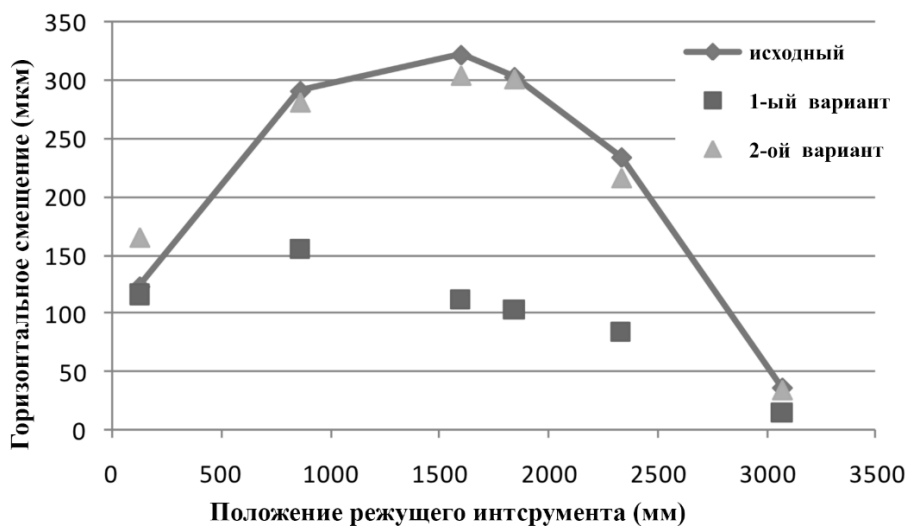


Рисунок 6 Нижнее смещение лопатки (деформация основания)

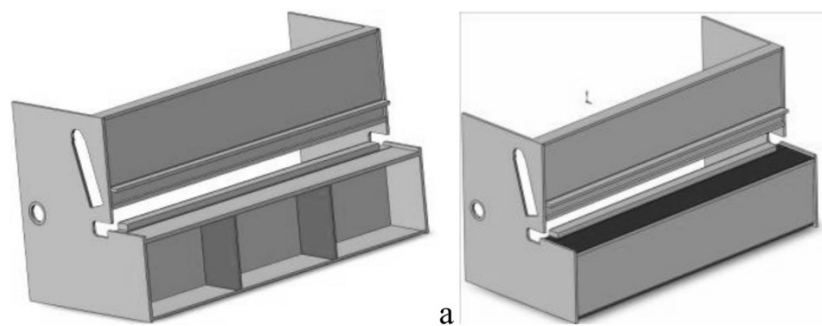
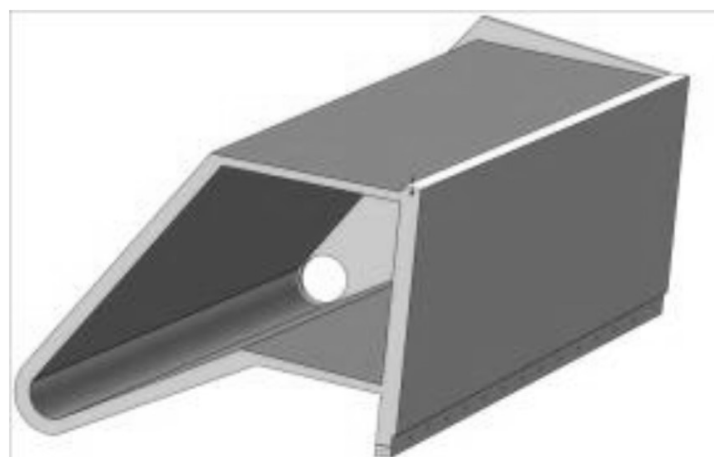


Рисунок 7 Варианты базового станка (а) ребра жесткости (b) толстый лист стола



Вариант гильотины 8

5. ВЫВОД

Горизонтальное смещение между лезвиями в исходной конфигурации достигает 567 мкм для толщины листового металла 6 мм, что за пределами диапазона 120 мкм. Первые эксперименты показывают усиление ребер, чтобы уменьшить смещение до более допустимого 187 мкм при незначительном дополнительном весе и стоимости. .

Увеличение толщины листа оказывает гораздо меньшее влияние, достигая смещения 467 мкм. Исходные экспериментальные данные касательно деформации, образованной вследствие воздействия крутящего момента на гильотины полученные путем модифицирования конструкции, не были успешными, указывая на фундаментальный недостаток гидравлической циркуляции жидкости в быстро протекающем регулировании потока в каждом цилиндре.

Список литературы:

1. Рамамурти, V .; Sasikiran, S. & Kumar, V. (1997). Динамический анализ гильотинной ножницы. Журнал технологии обработки материалов, 71, 202- 214
2. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Изгиб_\(механика\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Изгиб_(механика))
3. Коэльо, П.Г. Fariab, L.O & Cardoso, J.B. (2005). Структурный анализ и оптимизация пресовых тормозов. Международный журнал станкостроения и производства, 45, 1451-1460.
4. Altintas, Y .; Brecher, C .; Weck, M. & Witt, S. (2005). Виртуальный машинный инструмент. CIRP Annals - технология производства, 54, 2, 115-138

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ СИСТЕМА СВОДНОЙ ВЕДОМОСТИ СТУДЕНТОВ

Латыпова Зарина Эдуардовна

*студент, Казанский национальный исследовательский технический университет
имени А.Н.Туполева,
РФ, г.Казань.*

Аишурова Нилуфар Зафарджонова

*студент, Казанский национальный исследовательский технический университет
имени А.Н.Туполева,
РФ, г.Казань.*

Максимова Ангелина Михайловна

*студент, Казанский национальный исследовательский технический университет
имени А.Н.Туполева,
РФ, г.Казань.*

Рахматуллина Анастасия Олеговна

*студент, Казанский национальный исследовательский технический университет
имени А.Н.Туполева,
РФ, г.Казань.*

Аннотация. В данной статье рассматривается работа автоматизированной системы сводной ведомости, с которой регулярно сталкиваются бухгалтерии ВУЗов и преподаватели. Данная автоматизированная система позволяет правильно рассчитать средний балл и размер стипендии студента.

На сегодняшний день программа Excel набирает популярность и используется во многих сферах деятельности людей. Благодаря этой программе людям удается сокращать свое время, с точностью проводить расчеты, составлять отчеты. Главное преимущество программы Excel заключается в наличии огромного количества встроенных функций, что позволяет легко и быстро выполнять различные вычисления. Работа с табличными данными может быть существенно упрощена при использовании статистических функций. Именно они позволяют проводить экономические исследования и статистические вычисления.

В деканате факультета информатики имеются списки студентов разных групп. В сессию сотрудники деканата печатают ведомости для каждой дисциплины для сдачи студентами экзаменов и зачетов. Написать программу, создающие ведомости для каждой группы по всем дисциплинам с указанием формы контроля (зачет, экзамен). Списки студентов упорядочить по алфавиту. Рассчитать стипендию каждого студента при условии, что минимальная стипендия составляет 1500 рублей (при среднем балле до 3,6 коэффициент стипендии равен 0 (стипендии нет), до 4,6 –1, свыше 4,6 – 1,3).

Создадим таблицу, которая содержит основные данные. Ведомость содержит для каждого студента ФИО и оценки по четырем предметам. (рис.1)

№ п/п	ФИО	Экология	Математика	Общество	Философия
1	Студент 1	5	4	5	3
2	Студент 2	5	4	4	4
3	Студент 3	5	5	5	5
4	Студент 4	4	4	4	4
5	Студент 5	3	3	3	3
6	Студент 6	4	3	4	3
7	Студент 7	5	5	4	5
8	Студент 8	4	5	3	4
9	Студент 9	5	5	5	5
10	Студент 10	5	2	2	2

Рисунок 1. Ведомость по четырём предметам

Далее создаем новую таблицу, в которой рассчитывается сумма полученных оценок по отдельным предметам. (рис.2)

	Экология	Математика	Общество	Философия
Всего "5"	6	4	3	3
Всего "4"	3	3	4	3
Всего "3"	1	2	2	3
Всего "2"	0	1	1	1

Рисунок 2. Сумма полученных оценок

Исходя из данной таблицы (рис.2) для наглядности создадим график успеваемости студентов (рис.3)

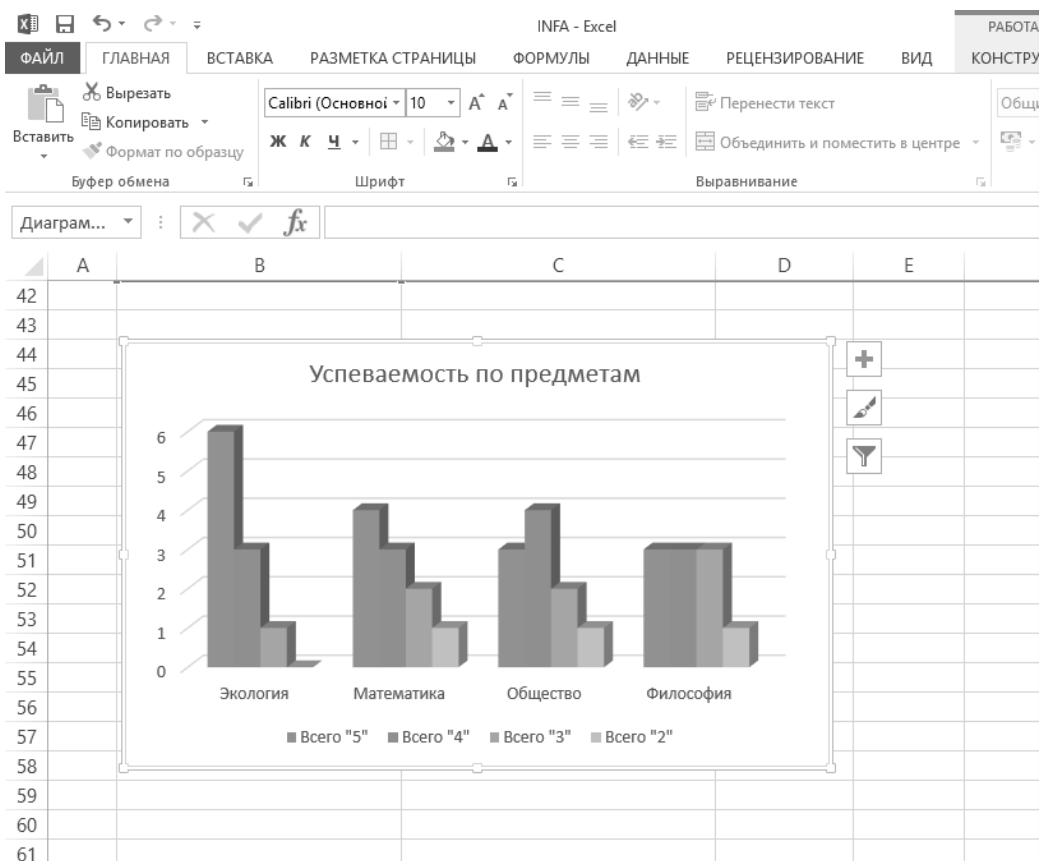


Рисунок 3. График успеваемости студентов

Создадим новую таблицу, в которой будем рассчитывать средний балл и стипендию исходя из успеваемости студента. При условии, что минимальная стипендия 1500 рублей. (рис.4)

№ п\п	Фамилия ,Имя , Отчество	Количество сданных экзаменов	Средний балл	Стипендия
1	Студент 1	4		
2	Студент 2	4		
3	Студент 3	4		
4	Студент 4	4		
5	Студент 5	2		
6	Студент 6	4		
7	Студент 7	3		
8	Студент 8	3		
9	Студент 9	4		
10	Студент 10	4		

Рисунок 4. Таблица для расчёта среднего балла и стипендии

Рассчитаем средний балл, используя данные из таблицы на рисунке 1, по формуле: $=\text{СУММ}(C25:F25)/4$. (рис.5)

№ п\п	Фамилия, Имя, Отчество	Количество сданных экзаменов	Средний балл	Стипендия
1	Студент 1	4	4,25	
2	Студент 2	4	4,25	
3	Студент 3	4	5	
4	Студент 4	4	4	
5	Студент 5	2	3	
6	Студент 6	4	3,5	
7	Студент 7	3	4,75	
8	Студент 8	3	4	
9	Студент 9	4	5	
10	Студент 10	4	2,75	

Рисунок 5. Расчёт среднего балла по данным рисунка 1.

После того как рассчитали средний балл, рассчитываем размер стипендии по формуле: $=\text{ЕСЛИ}(D10 \geq 4,6; \$C\$6 * 1,3; \text{ЕСЛИ}(\text{И}(D10 < 4,6; D10 \geq 3,6); \$C\$6; 0))$ (рис.6)

№ п\п	Фамилия, Имя, Отчество	Количество сданных экзаменов	Средний балл	Стипендия
1	Студент 1	4	4,25	1500
2	Студент 2	4	4,25	1500
3	Студент 3	4	5	1950
4	Студент 4	4	4	1500
5	Студент 5	2	3	0
6	Студент 6	4	3,5	0
7	Студент 7	3	4,75	1950
8	Студент 8	3	4	1500
9	Студент 9	4	5	1950
10	Студент 10	4	2,75	0

Рисунок 6. Расчёт размера стипендии

Данная автоматизированная система дала нам возможность рассчитать средний балл студента, и, исходя из этого, нам удалось вывести точный размер стипендии.

РАЗРАБОТКА ПЛАНИРОВОЧНЫХ РЕШЕНИЙ ТИПОВЫХ ЭТАЖЕЙ ГОСТИНИЦ, РАСПОЛОЖЕННЫХ В ЗОНЕ ВЛИЯНИЯ ШУМА АВТО– И АВИАТРАНСПОРТА ГРАЖДАНСКОГО АЭРОПОРТА ГОРОДА КРАСНОДАРА

Мурашова Светлана Андреевна

магистрант Кубанского Государственного Аграрного университета имени И.Т. Трубилина, РФ, г. Краснодар

Аннотация. В статье рассматривается возможность защищать жилые номера гостиниц от акустического шума воздушного транспорта гражданского аэропорта «Краснодар» с помощью разработки планировочного решения типового этажа гостиницы. Определяются факторы, влияющие на принятие архитектурно-планировочного решения. Приводятся примеры прихода шума к различным фасадам зданий.

Ключевые слова: Объемно–планировочное решение, защита зданий от акустического шума, шум, гостиница, авиация, здоровая акустическая среда, аэропорт, акустическая комфортность, звуковая энергия.

Шум - один из более распространенных неблагоприятных физических причин окружающей среды, приобретающих принципиальное социально-гигиеническое значение, в связи с развитием городов. Он стал постоянной частью жизни человека, одним из существенных загрязнителей экологии.

По уровням создаваемого шума и общей площади зашумленности территории, в некоторых городах, в том числе и в городе Краснодаре, воздушный транспорт занимает первое место среди всех источников шума. Крайне неблагоприятные акустические условия для населения складываются при расположении аэропорта в черте города или на близком расстоянии от него.

Аэропорты традиционно считаются чрезвычайно привлекательным местом для строительства отелей, которые, в свою очередь, пользуются популярностью как у деловых путешественников, так и у транзитных пассажиров. При проектировании гостиницы вблизи аэродрома необходимо задаваться целью на повышение качества жизни в современных мегаполисах, а так же экологическую составляющую современной архитектурной деятельности.

Так как основная часть гостиниц возле аэропорта располагается вдоль загруженных городским транспортом улиц, поэтому нельзя проигнорировать шум, исходящий от него. Для того, чтобы решить задачу связанную с шумозащитой здания гостиницы, находящейся в зоне действия акустического влияния воздушных судов аэропорта, необходимо рассматривать в совокупности авто– и авиатранспорт. (Рисунок 1)

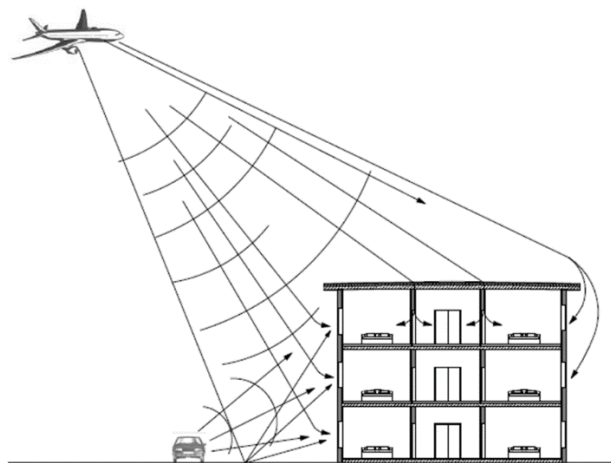


Рисунок 1. Воздействие шумовых волн на здания гостиниц, располагающихся возле гражданского аэропорта

Для минимизации негативного влияния на посетителей и персонал гостиниц, кажется целесообразным разработка планировочных решений для вновь возводимых зданий гостиниц, с учетом влияния шума от авто– и авиатранспорта

Данную задачу можно решить путем взаиморасположения помещений на этажах, которые, в свою очередь, соединены коммуникационными помещениями в определенную форму — здание.

При разработке планировочных решений зданий гостиниц с точки зрения воздействия шума внимание следует уделить именно жилой ее части.

Жилая часть гостиницы представляет собой корпус, состоящий из повторяющихся этажей. Связь между этажами осуществляется с помощью лифтов и лестниц (вертикальных коммуникаций). Поэтому рассматривают схему одного этажа.

Рассмотрим различные варианты прихода шума к вертикальным (стенам) плоскостям гостиниц в зависимости от расположения здания в плане:

1) если шум приходит к главному фасаду здания (Рисунок 2);

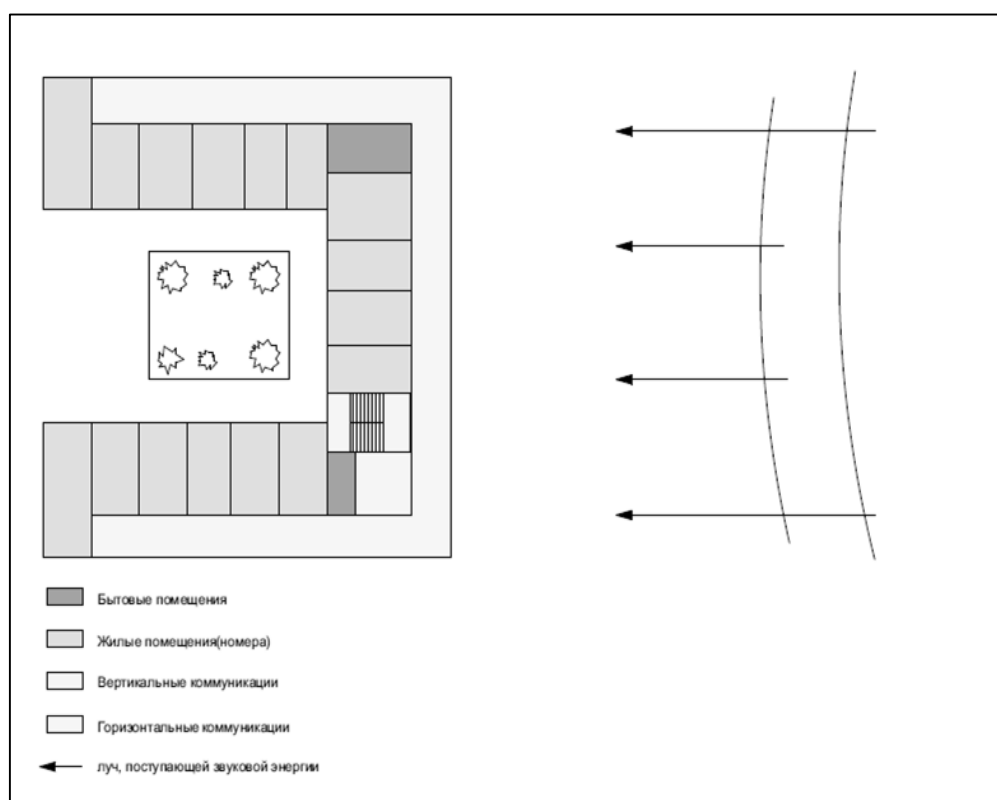


Рисунок 2. Воздействие шумовых волн на главный фасад здания гостиницы

Коридорная композиция данной планировки служит барьером проникновению шума в жилые номера гостиницы. В связи с отсутствием возможности устроить панораму из окон, для удобства постояльцев гостиницы имеет место создание во внутреннем двореке зеленой зоны.

Применительно к приаэродромной территории аэропорта Краснодар (Пашковский) и с учетом расположения взлетно-посадочных полос (рис 3), данная планировка рекомендуется для гостиниц, расположенных по левой стороне ул. Восточный Обход.

2) если шум приходит более чем к одному фасаду здания (Рисунок 3, 4);

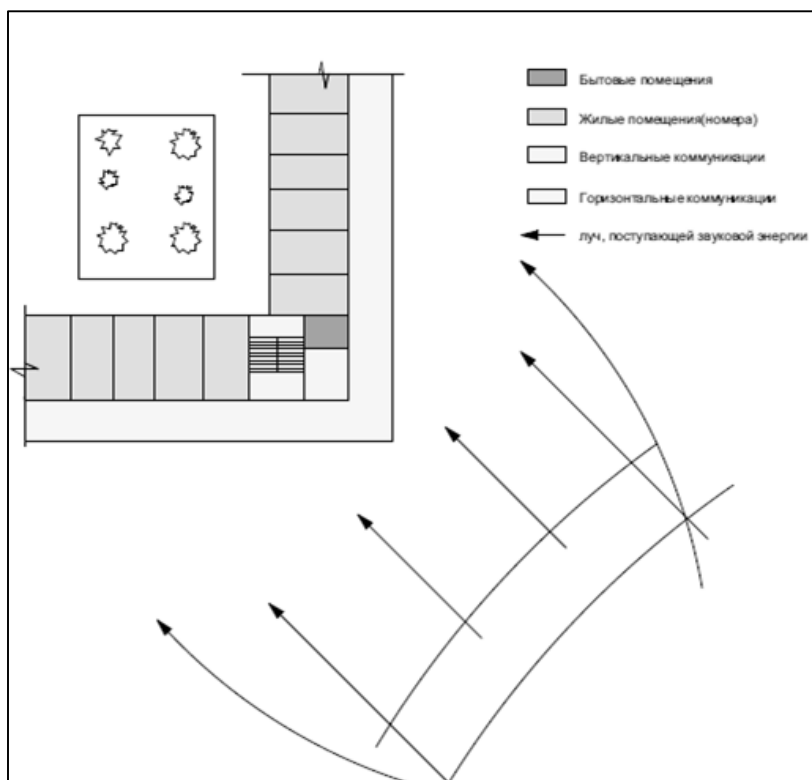


Рисунок 3. Воздействие шумовых волн на главный и боковой фасад здания гостиницы

Акустическая комфортность в случае, когда поступающая звуковая энергия действует на несколько фасадов, в том числе и на главный, одновременно, достигается устройством коридоров. Тем самым создается препятствие проникновению шума в жилой номер. Благоустройство внутренней территории дает дополнительную звукозащиту жилых номеров гостиницы.

Данный случай применим к застройке на перпендикулярных к Восточному Обходу улиц, таким как ул. Фадеева, ул. Уральская и т.д., со стороны нечетных кадастровых номеров участков.

Проще решается задача, когда авиационному шуму подвергается боковой и задний фасады. В этом случае, есть возможность располагать жилые номера у главного фасада, что сразу решает эстетическую проблему (вид из окна), а от негативного акустического влияния автотранспорта здесь устраивают изгороди из зеленых насаждений.

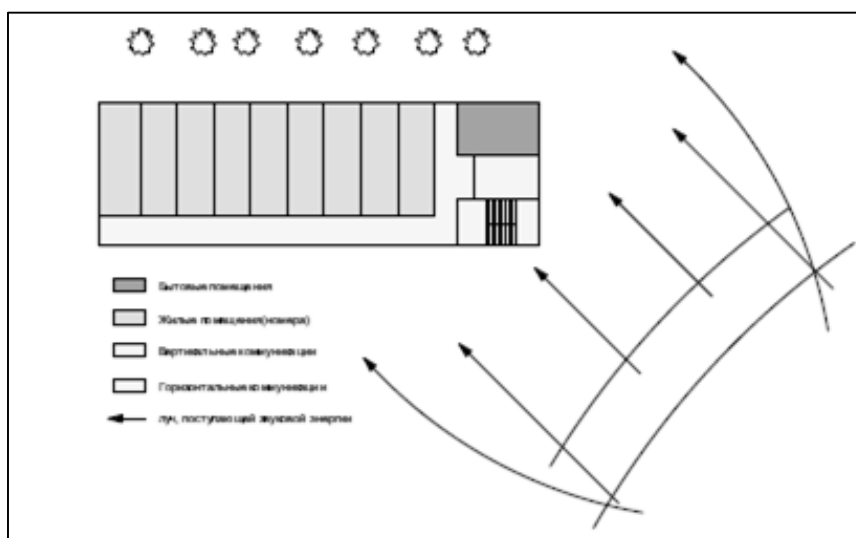


Рисунок 4. Воздействие шумовых волн на задний и боковой фасад здания гостиницы

Такую планировочную схему рекомендуется применять при возведении гостиниц ул. Фадеева, ул. Уральская и т.д., со стороны четных кадастровых номеров участков.

И так, проблему защиты жилых помещений гостиниц возможно решить с помощью разработки планировочного решения. Основная идея состоит в отделении жилых зон помещениями, которые выполняют буферную функцию (коридоры, галереи и т.д.). При проектировании необходимо учитывать направления прихода шума и располагать жилые помещения в соответствии с предложенными рекомендациями. Так же, ландшафтный дизайн дворовой территории поможет решить проблему акустического загрязнения в комплексе.

Список литературы:

1. Защита от шума в градостроительстве. Г.Л. Осипов, В.Е. Коробков, А.А. Климухин и др.; под ред. Г.Л. Осипова. - М. : Стройиздат, 1993. - 96 с.
2. Иванов Н. И. Инженерная акустика. Теория и практика борьбы с шумом Издательство: Университетская книга , 2008 год, 424 с.
3. Осипов Г.Л., Аистов В.А. Современные проблемы защиты от шума в городах. Материалы научно-технической конференции «Строительная физика в XXI веке», М.:НИИСФ РААСН, 2006, с.341-344.
4. СП 51.13330.2011 Защита от шума. Актуализированная редакция СНиП 23-03-2003.
5. СП 23-103-2003 Проектирование звукоизоляции ограждающих конструкций жилых и общественных зданий

РАСЧЕТ ПАРАМЕТРОВ НАПЛАВКИ РАБОЧИХ ВАЛКОВ ГОРЯЧЕЙ ПРОКАТКИ

Муслимов Бибатыр Галымжанович

*магистрант, Карагандинский государственный технический университет,
РК, г. Караганда*

Абдикаримова Айганым Адилбековна

*магистрант, Карагандинский государственный технический университет,
РК, г. Караганда*

От надежности прокатных валков, а также износостойкости их рабочей поверхности и межремонтного срока службы зависят технико-экономические показатели работы прокатных цехов, производительность прокатных станов, качество готового проката и затраты на его производство [1, с. 271].

Наплавка позволяет существенно увеличить долговечность валков, сократить их расход, увеличить выход годного проката вследствие улучшения точности прокатки, снизить расходы по переделу и себестоимость проката.

Наплавку прокатных валков с целью их восстановления и повышения стойкости в настоящее время применяют практически на всех металлургических предприятиях Казахстана и стран СНГ. С помощью современных способов механизированной наплавки можно создать валок с достаточно вязкой и прочной сердцевиной, которая хорошо сопротивляется механическим нагрузкам, и износостойкой поверхностью. Наплавка позволяет существенно увеличить долговечность валков, сократить их расход, увеличить выход годного проката вследствие улучшения точности прокатки, снизить расходы по переделу и себестоимость проката.

Эффективность применения наплавки прокатных валков во многом зависит от правильного выбора состава наплавленного металла и параметров наплавки, такие как сила сварочного тока, напряжение дуги, плотность тока, скорость наплавки и т.п. Для выбора оптимальных параметров наплавки необходим тщательный анализ условий работы валков, характера и интенсивности их изнашивания. Зачастую на различных металлургических предприятиях валки даже однотипных прокатных станов изнашиваются по-разному, поэтому их необходимо наплавлять различными параметрами и проволоками [2, с. 14].

Критерием эффективности упрочнения и восстановления прокатных валков методами наплавки высоколегированных материалов и последующих переточек, механической и термической обработок служит уравнение:

$$C_{п.и} < N_{н.в.} \left(\frac{h}{n_{ц.б.н}} - \frac{1}{n_{ц.н}} \right) - (N_o - hN_{пр})$$

Где $C_{п.и}$ – предельные издержки на наплавку и обработку валка;

$N_{н.в.}$ – стоимость наплавленного валка с вычетом стоимости металлолома;

h – относительная продолжительность эксплуатации валка;

$n_{ц.б.н}$ – число циклов эксплуатации и переточки валка без наплавки;

$n_{ц.н}$ – число циклов эксплуатации и восстановления валка с наплавкой;

N_o – затраты на обработку валка с учетом потерь на простои стана;

$N_{пр}$ – потери прибыли, вызванные простоем стана (недопроизводство).

Особо показательным критерием эффективности следует считать расходы по упрочнению и восстановлению на 1 т прокатанного металла [3, с. 56].

Показано, что наплавка неэффективна, если она повышает износостойкость всего лишь не более 2-х раз вследствие увеличения затрат на дорогостоящие легирующие наплавочные

материалы, особенно такими элементами, как W, Mo, V, Nb, которые рекомендуют в качестве легирующих практически все разработчики наплавочных материалов [4, с. 133].

Наплавка при помощи электродуговой наплавки, согласно работам [5, с. 496], показывает что для оптимальной наплавки требуется предварительный нагрев основного металла. Валок нагревают до 400-460оС и проводят многослойную электродуговую наплавку с термической обработкой наплавленного слоя. После наплавки первых 2-3 слоев валок охлаждают до 250-300оС. При этой температуре осуществляют наплавку остальных слоев. Термическую обработку наплавленного вала ведут путем нагрева до 500-600оС с выдержкой при этой температуре в течение 8-10 ч и последующего охлаждения до температуры 50-100оС со скоростью не выше 100оС/ч.

Экспериментально установлено, что наплавка на валок первых двух-трех слоев при температуре ниже 400оС приводит к появлению горячих трещин. Наплавка этих слоев при температуре подогрева 400-460оС исключает появление горячих трещин. Повышение температуры наплавки более 460оС разупрочняет наплавленную поверхность вала, способствует отслоению наплавленного слоя [6, с. 29].

Рабочие валки станов горячей прокатки испытывают высокие давления, а также циклические теплосмены вследствие действия горячего прокатываемого металла. Наплавка валков должна обеспечить необходимые механические свойства наплавленного металла, достаточную стойкость против образования трещин разгара и стойкость против выкрашивания активного слоя вала который протекает при температурах выше температуры рекристаллизации металла, подвергаемого формовке. Это означает, что прокатку выполняют при повышенных температурах, обычно при температурах выше 700°С. Такая высокая температура во время операции прокатки является причиной механических проблем для оборудования, используемого при горячей прокатке. Высокая температура является причиной проблем касательно уменьшения твердости материала вала, следовательно, твердость вала в горячем состоянии имеет категорическую важность для того, чтобы сделать возможным более длительный срок эксплуатации валков.

В дополнение к высокой температуре цикл прокатки часто включает охлаждение прокатываемого металла путем орошения, тем самым вызывая образование большого количества пара. Пар совместно с повышенными температурами вызывает интенсивное окисление используемого прокатного оборудования и особенно рабочих валков прокатного оборудования. Следовательно, материал, используемый для прокатных валков, должен выдерживать высокую температуру без потери своей твердости, а также устойчивости к истиранию/износу при упомянутых температурах и атмосфере.

С целью определения оптимальных параметров наплавки, была создана программа для расчета параметров наплавки. Код программы C++, компиляция и сборка программы выполнена на Visual Studio.

В программе можно выбрать 4 режима для расчета параметров наплавки: наплавка в углекислом газе проволокой сплошного сечения, наплавка под флюсом, электрошлаковая наплавка, наплавка порошковой самозащитной проволокой.

После выбора определенного режима, надо ввести параметры требуемые для дальнейшего расчета. В основном, это диаметр электрода, плотность тока, напряжение дуги, КПД источника питания, площадь поперечного сечения одного валика.

Наплавка (сварка) в углекислом газе проволокой сплошного сечения

Введите данные

Ввод данных

-Введите данные- Диаметр электрода, мм

-Введите данные- i – плотность тока в электродной проволоке, А/мм²

-Введите данные- Напряжение дуги, В

-Введите данные- F_e – площадь поперечного сечения одного валика, см²

-Введите данные- Коэффициент потерь металла на угар и разбрызгивание.

-Введите данные- Объем наплавленного металла

-Введите данные- коэффициент использования сварочного поста,

-Введите данные- КПД источника питания

-Введите данные- мощность источника питания, кВт

Расчет сварочного тока, А

Коэффициент расплавления проволоки

Скорость подачи электродной проволоки, м/ч

Коэффициент наплавки, г/А

Скорость сварки (наплавки), м/ч

Масса наплавленного металла

Время горения дуги

Полное время сварки

Расход электродной проволоки

Расход электроэнергии, кВт·ч

Рисунок 1. Расчет параметров наплавки в углекислом газе проволокой сплошного сечения

Сварка (наплавка) в углекислом газе проволокой сплошного сечения В основу выбора диаметра электродной проволоки положены те же принципы, что и при выборе диаметра электрода при ручной дуговой сварке.

Наплавка(сварка) под флюсом проволокой сплошного сечения

Введите данные

Диаметр электрода

Плотность тока

Площадь наплавляемой поверхности

Высота наплавленного слоя

Коэффициент использования сварочного поста

КПД источника питания

Мощность, расходуемая при холостом ходе

Площадь поперечного сечения валика

Напряжение дуги, В

Расчет сварочного тока, А

Скорость подачи электродной проволоки, м/ч

Коэффициент расплавления проволоки (для переменного тока)

для постоянного тока прямой полярности

для постоянного тока обратной полярности

Скорость сварки, м/ч

Коэффициент наплавки, г/А·ч

Масса наплавленного металла

Объем наплавленного металла, см³

Расход сварочной проволоки, г

Расход флюса, г/лог.м

Время горения дуги, ч

Полное время сварки, ч

Расход электроэнергии, кВт·ч

Рисунок 2. Расчет параметров наплавки под флюсом сплошного сечения

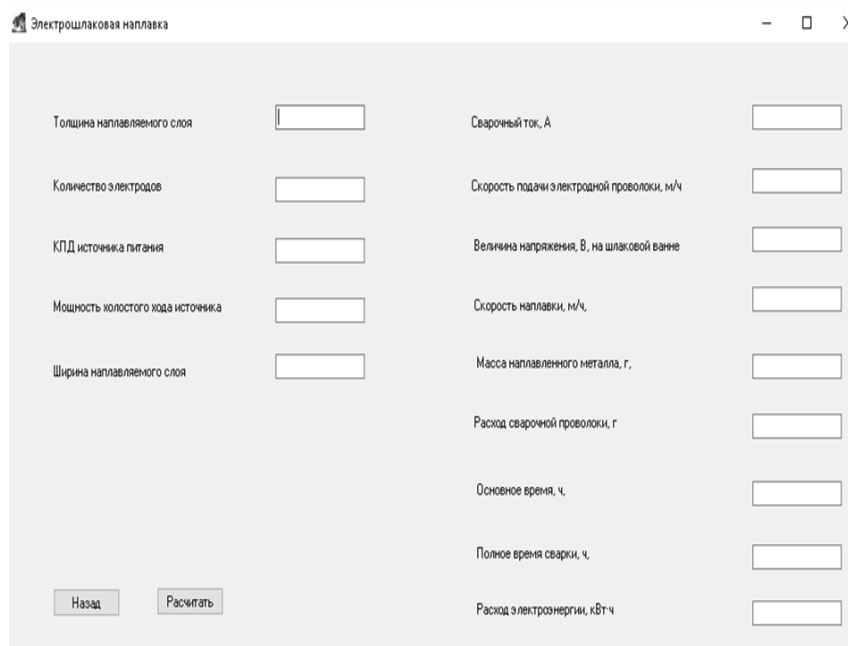


Рисунок 3. Расчет электрошлаковой наплавки

Данная программа экономит время расчета и точно рассчитывает нужные параметры. Она подходит как и для расчета параметров наплавки и для расчета параметров сварки. Расчет параметров наплавки подходит для расчета параметров наплавки валков горячей, холодной прокатки, зубьев ковшей эксковатора и для других сварных деталей.

Список литературы:

1. Фрумин И.И. Автоматическая электродуговая наплавка. - Харьков: Metallurgizdat., 1961.
2. Бабенко Э.Г., Казанова Н.П. Расчет режимов электрической сварки и наплавки: методическое пособие. – Хабаровск, 1999.
3. Борисов В.И. , Голубьев В.В. Исследование износа листовых валков валковых систем квартостанов горячей прокатки // Вестник МГТУ им. Н.Э. Баумана. Сер. “Машиностроение”. - 2005. - № 4.
4. Стриженко А.О., Астахов А.А., Мазур И.П. Исследование изменения температуры валка после вывалки из клетки // Вестник ЮУрГУ. Серия «Металлургия». – 2016. – Т. 16, № 2.
5. Схиртладзе А.Г., Ярушин С.Г. Технологические процессы в машиностроении: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. / Перм. гос. техн. ун-т. – Пермь, 2006.
6. А. с. № 816592 (СССР). Бочка опорного валка клетки кварто / З.М. Шварцман, А.Ф. Пименов, С.Ф. Котельников и др. // Бюллетень, 1981, № 12.

ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К АВТОМАТИЗИРОВАННЫМ СИСТЕМАМ УПРАВЛЕНИЯ ГАЗОРАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ СТАНЦИИ

Панферов Михаил Михайлович

*магистрант Рязанского государственного радиотехнического университета,
РФ, г. Рязань*

К технологическому оборудованию и средствам автоматизации газораспределительной станции предъявляются повышенные требования по надежности и безопасности энергоснабжения потребителей газом, промышленной безопасности как взрывопожароопасному промышленному объекту.

Каждая автоматизированная система управления газораспределительной станции должна обеспечивать выполнение следующих ключевых функций:

1. Защита потребителя (автоматический контроль и управление запорной арматурой для предотвращения аварийных ситуаций).

2. Учет расхода ресурсов (коммерческий учет расхода газа, включая расход на собственные нужды, технический учет расхода электроэнергии и технический учет расхода одоранта).

3. Телемеханика (обмен данными с системой диспетчерского контроля и управления).

Газораспределительная станция является последним объектом в цепи газотранспортной системы и одновременно головным сооружением для городских систем газоснабжения. Ввиду того что прекращение подачи газа к городам и крупным промышленным предприятиям недопустимо, автоматизированная система управления газораспределительной станции должна предусматривать управление защитной автоматикой. Причем защитная автоматика должна быть выполнена по принципу резервирования.

Вместе с тем, при выборе или проектировании современной автоматизированной системы управления газораспределительной станции необходимо учитывать следующие важные для эксплуатации факторы:

1. Компактность размещения оборудования.

2. Наличие в системе функционала управления блоками запорной арматуры и кранами в случае выхода из строя сложных компонентов системы, включая блоки ввода-вывода, технологический контроллер и систему отображения.

3. Поддержка существующего оборудования (корректоры расхода газа различных производителей и другое оборудование газораспределительной станции с интерфейсным выходом).

4. Поддержка существующих линий связи с газораспределительной станцией, допускающих низкое качество передачи сигнала через многочисленные ретрансляторы, усилители и аппаратуру уплотнения, а также долговременные обрывы связи.

5. Возможность модификации автоматизированной системы управления газораспределительной станции без существенных затрат в процессе эксплуатации.

6. Возможность реализации автоматизированного контроля и управления отдельными блоками и узлами, а также газораспределительной станцией в целом как в режиме штатной работы, так и во внештатных ситуациях.

7. Обеспечение защиты потребителя от превышения или снижения давления газа.

8. Обеспечение передачи полной и достоверной информации о работе газораспределительной станции на локальный пульт контроля и управления.

9. Обеспечение контроля за действием персонала, работающего с системой, а также предотвращение несанкционированного доступа к системе управления.

10. Наличие функционала по диагностике технических средств.

11. Обеспечение синхронизации системного времени в автоматическом режиме с системой управления верхнего уровня.

12. Обеспечение контроля загазованности, пожарообнаружения, электроснабжения, кондиционирования, отопления и вентиляции.

13. Обеспечение информационного взаимодействия с контрольно-измерительными приборами, датчиками загазованности и регулирующей арматурой [1].

Автоматизированная система управления газораспределительной станции должна обеспечивать два режима работы технологического оборудования:

1. Ручной режим управления (управление производится по командам оператора с локального пульта контроля и управления или пульта диспетчера).

2. Автоматический режим управления (управление производится согласно заданным алгоритмам).

Ручной режим управления должен включать следующий функционал:

1. Управление дистанционно управляемыми кранами.

2. Деблокировка ранее зафиксированной неисправности технологического оборудования газораспределительной станции.

3. Сброс световой и звуковой сигнализации после фиксирования тревожной ситуации;

4. Пуск газораспределительной станции в работу перед переключением на автоматический режим работы [1].

В ручном режиме управления должно быть предусмотрено выполнение команд управления, поступивших от диспетчера, оператора с рабочей станции локального пункта контроля и управления. В автоматическом режиме управления должно быть предусмотрено выполнения алгоритмов автоматической работы.

Автоматизированная система управления газораспределительной станции должна предусматривать обмен и обработку данных по следующим параметрам:

1. Давления газа на входе и выходах газораспределительной станции.

2. Температура газа на входе, выходах газораспределительной станции, до и после подогревателей газа.

3. Температуры теплоносителя системы отопления газораспределительной станции.

4. Сигнализацию положения охранного, входного, выходных, свечного, кранов, сигнализацию положения отсечных кранов.

5. Сигнализацию пожара на газораспределительной станции.

6. Сигнализацию загазованности помещений газораспределительной станции.

7. Передачу извещений (в том числе о проникновении в помещения, проникновении на территорию газораспределительной станции, неисправности охранной сигнализации и т.п.) от технических средств охраны.

8. Сигнализацию неисправности пожарной сигнализации.

9. Сигнализацию пропадания внешнего электропитания.

10. Расход газа.

11. Ввод корректирующих параметров в вычислитель расхода газа (барометрическое давление, плотность газа, содержание CO₂ и N₂).

12. Переход газораспределительной станции на обводную линию.

13. Управление охранным, входным, выходным и свечными кранами газораспределительной станции.

14. Уровень защитного потенциала, выходной ток, напряжение, управление краном регулятором обводной линии узла переключения.

15. Управление краном-регулятором обводной линии узла переключений [1].

Алгоритмы автоматизированной системы управления оборудованием газораспределительной станции должны обеспечивать следующий функционал:

1. Автоматическое поддержание заданного выходного давления газа с газораспределительной станцией.

2. Бесперебойное газоснабжение потребителя в случае отказа оборудования газораспределительной станции.

3. Защиту от попадания газа с повышенным давлением в сети газораспределения.

4. Предотвращение образования кристаллогидратов в технологическом оборудовании и трубопроводах газораспределительной станции.

5. Автоматическое включение аварийной сигнализации.

6. Автоматическая остановка газораспределительной станции при возникновении аварийной ситуации с индикацией причин и передачей сигнала об аварии на устройство дистанционного контроля и сигнализации в доме оператора и ДП [2].

При наличии предупредительного сигнала по одному из установленных датчиков загазованности блоков или отсутствии по ним сигналов автоматизированная система управления должна предусматривать срабатывание предупредительного порога загазованности, которое должно сопровождаться формированием световой сигнализации на наружной стене блока переключений и запуском алгоритма аварийной остановки газораспределительной станции [2].

Реализации алгоритмов защиты выхода газораспределительной станции от превышения/понижения давления должна происходить с учетом передачи дополнительных предупредительных сигналов защиты для организации переключения ниток редуцирования и формирования диагностических признаков работы.

В рамках обеспечения порядка переключения редуцирующих линий автоматизированная система управления газораспределительной станции должна предусматривать следующий алгоритм работы:

1. Выдача команды на открытие входного крана резервной редуцирующей линии.
2. Получение сигнала об открытии входного крана резервной редуцирующей линии.
3. Выдача команды на закрытие входного крана основной редуцирующей линии.
4. Получение сигнала команды о закрытии входного крана основной редуцирующей линии [2].

При реализации алгоритмов защиты входа газораспределительной станции от превышения/понижения давления в автоматизированной системе управления должно быть предусмотрено включение предупредительных сигналов при превышении давления газа на входе первого верхнего предупредительного предела и при достижении нижнего предупредительного предела.

В рамках управления открытием/закрытием телемеханизированных кранов автоматизированная система управления должна опрашивать датчики на предмет следующих критериев:

1. Исправность крана.
2. Проверка текущего состояния крана (кран должен быть закрыт/открыт).
3. Отсутствие блокировки открытия крана [2].

Функционал автоматизированной системы управления газораспределительной станции также должен предусматривать возможность полной аварийной остановки станции в случае пожара или фиксации аварийного порога загазованности в одном из блоков.

Таким образом, к автоматизированным системам управления газораспределительной станции предъявляются широкий перечень требований по обеспечению безопасности и автоматизации технологических процессов. В рамках дальнейшего исследования необходимо провести анализ существующих автоматизированных систем управления газораспределительных станций на предмет выявления несоответствия определенным в данной статье требованиям.

Список литературы:

1. Стратегия информатизации ОАО «Газпром» [Текст] / Утв. постановлением Правления ОАО «Газпром» от 17 января 2008 г. № 4. – М.: ООО «Газпром экспо», 2008. – 32 с.
2. Стратегия технического развития газораспределительных систем ОАО «Газпром газораспределение» на 2012-2020 годы [Текст] / Утв. приказом ОАО «Газпром газораспределение» от 10.12.2012 № 342. – СПб: ИРЦ ОАО «Газпром газораспределение», 2011. – 35 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ И ОПТИМИЗАЦИЯ ТЕХНИЧЕСКИХ ПОТЕРЬ ПРИ ПЕРЕДАЧЕ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ ПОТРЕБИТЕЛЯМ

Пащенко Антон Сергеевич

*студент, Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал в г. Шахты)
Донского государственного технического университета,
РФ, г. Шахты*

Кочубей Дмитрий Леонидович

*студент, Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал в г. Шахты)
Донского государственного технического университета,
РФ, г. Шахты*

Овчинников Сергей Борисович

*студент, Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал в г. Шахты)
Донского государственного технического университета,
РФ, г. Шахты*

Соболев Олег Григорьевич

*студент, Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал в г. Шахты)
Донского государственного технического университета,
РФ, г. Шахты*

Наумов Иван Иванович

*канд. техн. наук, доцент, Институт сферы обслуживания и предпринимательства
(филиал в г. Шахты) Донского государственного технического университета,
РФ, г. Шахты*

RESEARCH AND OPTIMIZATION OF TECHNICAL LOSSES IN THE TRANSMISSION OF ELECTRICITY TO CONSUMERS

Anton Pashchenko

*Student, Institute of service and entrepreneurship (branch in Shakhty) of don state technical University,
Russian Federation, Shakhty*

Dmitry Kochubey

*Student, Institute of service and entrepreneurship (branch in Shakhty) of don state technical University,
Russian Federation, Shakhty*

Sergey Ovchinnikov

*Student, Institute of service and entrepreneurship (branch in Shakhty) of don state technical University,
Russian Federation, Shakhty*

Oleg Sobolev

*Student, Institute of service and entrepreneurship (branch in Shakhty) of don state technical University,
Russian Federation, Shakhty*

Ivan Naumov

candidate of technical Sciences, associate Professor, Institute of service and entrepreneurship (branch in Shakhty) of don state technical University, Russian Federation, Shakhty

Аннотация. Наличие электроэнергии является самым мощным источником содействия экономическому, промышленному и социальному развитию любого государства. Электроэнергия передается по линиям электропередачи, которые доставляют электроэнергию от генерирующих станций к центрам нагрузки и потребителям. В этой статье рассматриваются различные виды потерь, неучтенные при передаче электроэнергии. Чтобы электроэнергия дошла до конечных потребителей в надлежащем виде и качестве, потери при передаче и распределении по линиям должны быть сведены к минимуму.

Abstract. The availability of electricity is the most powerful source of assistance to the economic, industrial and social development of any state. Electricity is transmitted through transmission lines that deliver electricity from generating stations to load centers and consumers. This article discusses the various types of losses unaccounted for in the transmission of electricity. In order for electricity to reach the final consumers in the proper form and quality, transmission and distribution losses along the lines must be minimized.

Ключевые слова: технические потери; передача электроэнергии; распределение электроэнергии; потери электрической энергии.

Keywords: technical losses; transmission of electric power; distribution of electric power; losses of electric energy.

Энергия является основной необходимостью для экономического развития нации. Существуют разные типы энергии, но наиболее важным типом является электрическая энергия. Современное общество сильно зависит от использования электрической энергии. Задачи, которые связаны с выработкой электроэнергии, передачей и распределением электроэнергии, должны иметь первостепенное значение в процедуре национального планирования любого государства в силу важности электрической энергии для экономического и социального развития общества. Планирование энергетических установок в целях удовлетворения спроса на электроэнергию является одним из наиболее важных вопросов в энергетических системах. Поскольку мы знаем, что линии электропередач соединяют электростанции и подстанции в энергосистеме, исследование, расчет и уменьшение потерь при передаче и распределении в этих электрических сетях вызывает большую озабоченность у инженеров-электриков.

Эта разница между сгенерированными и распределенными модулями известна как потеря передачи и распределения.

Сектор распределения считается самым слабым звеном во всей электроэнергетике. Потери при передаче приблизительно 17%, а потери при распределении составляют около 50%. Потери при передаче и распределении делятся на два типа.

1. Технические потери
2. Нетехнические Потери (Коммерческие Потери)

Технические потери обусловлены физическими процессами, происходящими при передаче электроэнергии по электрическим сетям и выражающимися в преобразовании части электроэнергии в тепло в элементах сетей. Технические потери не могут быть измерены.

Технические потери обычно составляют 22,5% и напрямую зависят от характеристик сети и режима работы. Технические потери далее подразделяются на два типа:

Постоянные / фиксированные технические потери

- Фиксированные потери не различаются в зависимости от тока. Эти потери переходят тепло и шума и присутствуют до тех пор, пока трансформатор находится под напряжением.

- От 1/4 до 1/3 технических потерь в распределительных сетях - постоянные потери. И эти потери в сети перечислены ниже:

- Потери Короны.
- Потери Тока Утечки.
- Диэлектрические потери.
- Потери незамкнутой цепи.
- Потери, создаваемые непрерывной нагрузкой измерительных элементов.
- Потери, создаваемые непрерывной нагрузкой элементов управления.

Переменные технические потери

Переменные потери изменяются в зависимости от количества распределяемой электроэнергии и, точнее, пропорциональны квадрату тока. Поэтому увеличение тока на 1% приводит к увеличению потерь более чем на 1%.

–От 2/3 до 3/4 технических (или физических) потерь в распределительных сетях являются переменными потерями.

–Увеличивая площадь поперечного сечения линий и кабелей для определенной нагрузки, потери будут уменьшаться. Это привело к прямому компромиссу между стоимостью потерь и стоимостью капитальных затрат.

- Джоуля потери на каждом уровне напряжения.
- Импедансные потери.
- Потери, вызванные контактным сопротивлением.

Среди нескольких причин потерь при передаче и распределения, самые важные описаны ниже;

1. Длинные линии распределения.
2. Недостаточный размер сечения проводников линий распределения.
3. Установка распределительных трансформаторов вдали от центров нагрузки.
4. Низкий коэффициент мощности первичной и вторичной распределительной системы.

Обычно в большинстве схем распределения ЛЧ коэффициент мощности колеблется от 0,65 до 0,75. Низкий коэффициент мощности дает большие потери при распределении.

5. Потребление энергии потребителя колеблется в течение дня и в течение сезонов. Изменение нагрузки называется коэффициентом нагрузки и варьируется от 0 до 1.

Коэффициент нагрузки = Средняя нагрузка в указанный период времени / пиковая нагрузка за этот период времени.

6. В распределительных трансформаторах используют медный проводник в обмотках, чтобы индуцировать магнитное поле в сердечнике текстурированной кремнистой стали. Таким образом, трансформаторы имеют как потери при нагрузке, так и потери без нагрузки.

7. Утечка и потеря мощности.
8. Перегрузка линий.

9. Ненормальные условия эксплуатации, при которых работали силовые и распределительные трансформаторы

10. Низкое напряжение на потребительских клеммах, вызывающее более высокий ток при индуктивных нагрузках.

11. Плохое качество оборудования, используемого в сельской местности, кондиционеры, кулеры и промышленная нагрузка в городских районах.

Основной причиной потерь в линиях передачи и распределения является сопротивление проводников потоку тока. Создание тепла в проводнике в результате протекания тока увеличивает в нем температуру. Это увеличение температуры проводника увеличивает сопротивление проводника и, следовательно, потери будут расти. Это указывает на то, что омическая потеря мощности является основным компонентом потерь в линиях передачи и распределения.

Потеря Ома рассчитывается по формуле:

$$L_{ohmic} = I^2 R$$

Где: I - ток проводника, R - сопротивление проводника.

Формирование короны на линии электропередачи связано с потерей мощности, которая будет оказывать определенное влияние на эффективность линии передачи. Коронные потери мощности рассчитываются по формуле:

$$L_{Corona} = 242 \frac{(f + 25)}{\delta} \cdot \sqrt{\left(\frac{r}{d}\right)} \cdot (V - V_o)^2 \cdot 10^{-5}$$

Где: f - частота передачи, δ - коэффициент плотности воздуха, r - радиус проводника, d - пространство между линиями передачи, V - рабочее напряжение, V_o - разрушающее напряжение.

В результате суммарной потери мощности на линиях передачи суммирования омических и коронных потерь мы имеем

$$T_{Loss} = L_{ohmic} + L_{Corona}$$

Из этого следует:

$$T_{Loss} = I^2 R + 242 \frac{(f + 25)}{\delta} \cdot \sqrt{\left(\frac{r}{d}\right)} \cdot (V - V_o)^2 \cdot 10^{-5}$$

Общий вид уравнения (4) определяется формулой

$$T_{Loss} = I^2 \frac{\rho L}{A} + 242 \frac{(f + 25)}{\delta} \cdot \sqrt{\left(\frac{A}{\pi d^2}\right)} \cdot (V - V_o)^2 \cdot 10^{-5}$$

Где: ρ - Сопротивление проводника, L - длина проводника, A - площадь поперечного сечения проводника.

Основываясь на работе, выполняемой коммунальными предприятиями, а также обзорами других отраслевых исследований, электрические потери могут быть уменьшены за счет улучшения системы как в системах передачи, так и в распределении. Для обоснования необходимых затрат на эти усовершенствования системы требуется общий или конкретный анализ затрат и результатов.

Для систем передачи:

- Оптимизация существующих элементов управления для трансформаторных отводов, генераторы напряжения и коммутируемые шунтирующие конденсаторы уменьшают ток и минимизируют потери.

- Добавление шунтирующих конденсаторов, постоянных и коммутируемых, в точках системы, наиболее близких к потребителю реактивной нагрузки, уменьшает ток и минимизирует потери.

Для систем распределения:

- Балансировка фазы уменьшает потери на линии и потери в проводниках.
- Распределительные конденсаторы на питающих линиях для улучшения коэффициента мощности уменьшают потери в линии.

- Комплексная автоматизация и телемеханизация электрических сетей, применение коммутационных аппаратов нового поколения;
- Применение средств дистанционного поиска мест повреждения в электрических сетях для сокращения времени поиска и устранения аварий.
- Внедрение устройств автоматического регулирования напряжения под нагрузкой, вольт-добавочных трансформаторов, средств встроенного регулирования напряжения;
- Проведение работы по компенсации реактивных нагрузок;
- Усиление элементов уже работающих сетей путем прокладки новых линий или замене кабелей на большие сечения;

Сеть электрической системы динамична, постоянно совершенствуется в соответствии с совершенствованием технологий. В следующем пункте описывается влияние новых технологий на потери в системах передачи и распределения.

Новая тенденция рассматривает высоковольтные линии постоянного тока из-за некоторых преимуществ и эффективности. Согласно исследованию АББ, высоковольтные линии постоянного тока обеспечивают на 25% меньшие потери в линии, в два-пять раз превосходящие мощность линий переменного тока при одинаковых напряжениях и возможности точно контролировать поток мощности.

Исторически сложилось так, что для большинства операторов передачи были слишком высокими затраты на рассмотрение постоянного тока высокого напряжения в качестве опции. Тем не менее, благодаря технологическим усовершенствованиям и более экономичным вариантам, высоковольтный постоянный ток может считаться более осуществимым в ближайшем будущем.

Подстанции с газовой изоляцией - это возможное решение, помогающее уменьшить потери. Типичные подстанции занимают большие участки земли и находятся за пределами плотных областей нагрузки. В результате, линии низкого напряжения от подстанций могут пройти довольно большое расстояние до нагрузочных центров, что увеличивает потери. Подстанции с газовой изоляцией помещаются со всем оборудованием внутри металлического корпуса и могут содержаться в подвале или здании вблизи центра нагрузки, что поможет уменьшить потери.

Из приведенных выше обсуждений, можно сделать вывод, что существует много различных факторов из-за которых происходят потери при передаче и распределении электроэнергии, которые должны быть устранены. Решения, принятые правительством на протяжении многих лет в России, создали неэффективную систему распределения, имеющую очень высокие потери и низкую надежность электроснабжения потребителей. В проводимых энергетических реформах основное внимание должно быть перенесено на модернизацию системы передачи и распределения и повышение ее эффективности для снижения этих потерь. Для этого необходимо внедрять новые технологии для снижения потерь, например, HVDC, газовые подстанции. Эти технологии реализуются в развитых странах, таких как Китай и Соединенные Штаты. Это может вносить вклад в процесс общего национального развития.

Список литературы:

1. Железко Ю. Потери электроэнергии. Реактивная мощность. Качество электроэнергии. Руководство для практических расчетов / Железко, Ю.: ЭНАС- 2014. – 264 с.
2. Иванов-Смоленский А.В. Электрические машины. В 2-х т. Том 1: учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство МЭИ, 2004. – 656 с.
3. Кудрин Б. И. Электроснабжение. Учебник для студентов учреждений высшего профессионального образования / Кудрин, Б. И. - 2-е изд.,: Академия-2013. – 352 с.
4. Шаро Ю. Электроэнергетика. Учебное пособие / В. Хорольский, М. Таранов: Инфра-М2017. – 384 с.

РУБРИКА

«ХИМИЯ»

ИССЛЕДОВАНИЕ ЖЕСТКОСТИ НА ТЕРРИТОРИИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ, КАК ОДНОГО ИЗ КРИТЕРИЕВ КАЧЕСТВА ВОДОПРОВОДНОЙ ВОДЫ

Лашина Анна Александровна

*студент, Кубанский государственный университет,
РФ, г. Краснодар*

Вода – самое распространенное неорганическое соединение на Земле, непосредственно участвующее в формировании климата и погоды. Первопричина возникновения и поддержания жизни флоры и фауны. Минерал, обладающий уникальными свойствами, использующийся в быту, сельском хозяйстве, промышленности и в других сферах деятельности человека.

И для того чтобы вода приносила только пользу, необходимо учитывать все её физические и химические свойства, которые должны соответствовать требованиям **ГОСТ Р 51232-98. «Вода питьевая. Общие требования к организации и методам контроля качества»**, также нормативным документам (**СанПиН 2.1.4.1074-01** и **ГН 2.1.5.1315-03**).

Вода обладает огромным количеством уникальных свойств. Она является отличным растворителем, поэтому состоит не только из ионов водорода (H^+) и гидроксила (OH^-), но и из катионов и анионов, растворенных солей. Именно эти примеси определяют жесткость воды.

Жесткость воды – это показатель, характеризующий содержание в воде солей жесткости, а именно нерастворимых солей кальция и магния.

В мировой практике используется несколько единиц измерения жесткости, все они определенным образом соотносятся друг с другом. В России Госстандартом в качестве единицы жесткости воды установлен моль на кубический метр (моль/м³) или (мг-экв/л).

Так, в воде катионы кальция (Ca^{2+}) и магния (Mg^{2+}) способны взаимодействовать с другими растворенными анионами. При этом образуются соли жесткости. Катионы стронция, железа и марганца оказывают на жесткость достаточно небольшое влияние, которым пренебрегают. Алюминий (Al^{3+}) и трехвалентное железо (Fe^{3+}) также влияют на жесткость, но при уровнях pH, встречающихся в природных водах, их растворимость и, соответственно, "вклад" в жесткость ничтожно малы. [4.]

Таблица 1.

Основные катионы и анионы, способствующие образованию жестких солей:

Анионы	Катионы
Гидрокарбонат (HCO_3^-)	Кальций (Ca^{2+})
Сульфат (SO_4^{2-})	Магний (Mg^{2+})
Хлорид (Cl^-)	Стронций (Sr^{2+})
Нитрат (NO_3^-)	Марганец (Mn^{2+})
Силикат (SiO_3^{2-})	Железо (Fe^{2+})

Различают несколько видов жесткости:

Общая жесткость. Определяется суммарной концентрацией ионов кальция и магния. Представляет собой сумму карбонатной (временной) и некарбонатной (постоянной) жесткости. Метод удаления: умягчение воды (ионообменные фильтры)

Карбонатная жесткость. Обусловлена наличием в воде гидрокарбонатов и карбонатов (при $\text{pH} > 8.3$) кальция и магния. Данный тип жесткости почти полностью устраняется при кипячении воды и поэтому называется временной жесткостью. Методы удаления: умягчение воды (ионообменные фильтры) или обратный осмос (обессоливание воды).

Некарбонатная жесткость. Обусловлена присутствием кальциевых и магниевых солей сильных кислот (серной, азотной, соляной) и при кипячении не устраняется (постоянная жесткость). Метод удаления: умягчение воды (ионообменные фильтры) или обратный осмос (обессоливание воды).

Существует множество причин, почему следует следить за жесткостью водопроводной воды.

Использование жесткой воды в бытовых целях и ее потребление может привести к нежелательным последствиям таким, как:

- отложение солей в суставах, образование камней в почках и на зубах, раздражение кожи;
- мытье головы жесткой водой не только не очищает, но и портит волосы, так как находящиеся в жесткой воде соли оставляют на волосах липкий налет, способствуют появлению сухости, ломкости волос и шелушения кожи головы;
- при стирке жесткой водой сложно достигнуть эффекта отбеливания, невозможно качественно отполоскать белье, что приводит к потере исходного цвета ткани: белые ткани приобретают сероватый оттенок, цветные – тускнеют;
- появление накипи, влияющей на работу бытовой техники и сантехники;
- негативное влияние на котельное оборудование;
- быстрый расход моющих средств и т.д. [5.]

В то же время, использование слишком мягкой воды:

- способно приводить к коррозии труб, если отсутствует кислотно-щелочная буферность, которую обеспечивает гидрокарбонатная (временная) жесткость;
- минимальное количество солей магния и кальция в питьевой воде повышает риск развития сердечно-сосудистых заболеваний;
- также слишком мягкая вода губительна для многих аквариумных рыб и растений. [2.]

В документе **ГОСТ Р 52407-2005 Вода питьевая. Методы определения жесткости** отмечается, что «В зависимости от pH и щелочности воды жесткость выше 10 °Ж может вызывать образование шлаков в распределительной системе водоснабжения и накипи при нагревании. Вода жесткостью менее 5 °Ж может оказывать коррозионное воздействие на водопроводные трубы. Жесткость воды может влиять и на применяемость для потребления человеком с точки зрения ее вкусовых свойств.» [7.]

Порог вкуса ионов кальция находящихся в питьевой воде составляет 2-6 мг-экв/л. Порог вкуса для ионов магния значительно ниже, данный показатель равен от 1,6 до 3 мг-экв/л.

В некоторых случаях вода с жесткостью до 10 мг-экв/л может использоваться в качестве питьевой, но длительное её употребление может негативно влиять на здоровье человека.

В основе исследования лежат следующие цели::

- определение общей жесткости водопроводной воды в некоторых населенных пунктах Краснодарского края;
- на основе полученных анализов, ответить на вопрос: соответствуют ли данные пробы нормам жесткости воды?

Для установления необходимых результатов был использован индикатор «НИЛПА* Тест – gH», который предназначен для определения общей жесткости воды.

В процессе тестирования в мерный стаканчик, содержащий пробу воды, по каплям добавляется индикатор. Содержимое перемешивается круговыми движениями руки после каж-

дой капли, до тех пор, пока цвет не изменится от светло-розового через темно-розовый или красный к зеленому. Переход окраски воды в зеленый цвет происходит быстро - от одной капли.[1.]

Число капель индикатора соответствует значению общей жесткости воды в немецких градусах ($^{\circ}\text{gH}$), в том случае, если исследуется 5мл пробы. Следовательно, если исследуется 10мл пробы, одна капля равняется $0,5^{\circ}\text{gH}$.

Для получения более точных результатов все значения были получены при исследовании 10мл пробы. Таким образом, возможная погрешность измерений составляет $\pm 0,5^{\circ}\text{gH}$.

Таблица 2.

**Значения жесткости водопроводной воды по Краснодарскому краю
и городу Краснодар**

Местность (город, станица, посёлок, район, микрорайон)	Полученные значения жесткости анализируемых проб	
	$^{\circ}\text{gH}$	$^{\circ}\text{Ж} = 1 \text{ мг-экв/л}$
Г. Краснодар, мкр-н. 40 лет Победы	11	3,9
Г. Краснодар, мкр-н. Пашковский	11	3,9
Г. Краснодар, мкр-н. Черемушки	10,5	3,7
Г. Абинск	10,5	3,7
Ст. Старовеличковская	6	2,14
Г. Славянск-на-Кубани	6	2,14
Пос. Новопокровский	3	1,1
Пос. Кубанский	2,5	0,9
Ст. Новоивановская	2,5	0,9
Пос. Кубанский	2,5	0,9
Ст. Новоивановская	2,5	0,9
Ст. Незамаевская	2	0,7
Г. Тихорецк	2	0,7
Г. Тимошевск	1,5	0,5
Ст. Новопокровская	1,5	0,5

Классификация общей жесткости согласно тесту «НИЛПА* Тест – gH»: очень мягкая до 5°gH , мягкая от 5 до 10°gH , средней жесткости от 10 до 20°gH , жесткая от 20 до 30°gH и очень жесткая свыше 30°gH .

В ходе данного исследования используется немецкие градусы жесткости воды - $^{\circ}\text{dH}$, где единица измерения $^{\circ}\text{gH}$ предназначена для определения общей жесткости, а $^{\circ}\text{kH}$ для карбонатной жесткости.

С 1 января 2014 года в России введен межгосударственный стандарт **ГОСТ 31865-2012 «Вода. Единица жесткости»**. По новому ГОСТу жесткость выражается в градусах жесткости ($^{\circ}\text{Ж}$). 1°Ж соответствует концентрации щелочноземельного элемента, численно равной 1/2 его миллимоля на литр ($1^{\circ}\text{Ж} = 1 \text{ мг-экв/л}$).

Таким образом, все полученные значения были переведены из немецкой единицы измерения ($^{\circ}\text{gH}$) в российскую ($1^{\circ}\text{Ж} = 1 \text{ мг-экв/л}$), где $1^{\circ}\text{Ж} = 2,804 \text{ gH}$, $^{\circ}\text{dH}$.

Российские нормативные документы (**СанПиН 2.1.4.1074-01 и ГН 2.1.5.1315-03**) для питьевой воды регламентируют: кальций – норматив не установлен; магний – не более 50 мг/л; жесткость - не более 7°Ж .

Таким образом, анализируя полученные данные, можно сделать следующий вывод: в среднем жесткость на территории Краснодарского края не превышает установленных норм. Все полученные значения ниже 7°Ж . Жесткость водопроводной воды на территории Краснодарского края колеблется от 0,5 до $3,9^{\circ}\text{Ж}$ (или мг-экв/л). Следовательно, допустимый предел

жёсткости воды, используемой для централизованного водоснабжения, не нарушается, данный критерий качества выполняется.

Список литературы:

1. URL: <https://plantaqua.ru/products/30110495> (дата обращения: 20.10.2018)
2. Жесткость воды. Мягкая вода. Жесткая вода. Перевод единиц (градусов) жесткости воды. Нормы жесткости воды. URL: <https://www.dpva.ru/Guide/GuideTricks/WaterHardness/WaterHardnessOwv/>(дата обращения: 10.11.2018)
3. Какая вода лучше, жесткая или мягкая? Полезные качества и советы по употреблению. URL:http://vodovoz.ru/article/kakaya_voda_luchshe_zhestkaya_ili_myagkaya_poleznye_kachestva_i_sovety_po_upotrebleniyu/ (дата обращения: 10.11.2018)
4. Жесткость. URL: <https://www.water.ru/bz/param/harshness.php> (дата обращения: 14.10.2018) Жёсткая вода: плюсы и минусы. URL: https://www.water.ru/bz/digest/banbas-hursh_water.php (дата обращения: 14.10.2018)
5. Жесткость воды – единицы измерения и способы умягчения. URL: <https://trubanet.ru/truby-dlya-otopleniya/zhestkost-vody-edinicy-izmereniya.html> (дата обращения: 19.10.2018)
6. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200042882> (дата обращения: 15.11.2018)

РУБРИКА «ЭКОНОМИКА»

КАК ОТКРЫТЬ СОБСТВЕННОЕ ДЕЛО БЕЗ КРЕДИТА?

Асанова Карина Иргалиевна

*студент Казанского национального исследовательского технического университета
имени А. Н. Туполева
Россия, г. Казань*

Садыкова Диана Марсовна

*студент Казанского национального исследовательского технического университета
имени А. Н. Туполева
Россия, г. Казань*

Аннотация. В настоящее время все большее количество выпускников ВУЗов стремятся развить свой собственный бизнес. Однако у многих нет того уровня капитала, который необходим для реализации идеи проекта. И многие видят только один выход из данной ситуации- кредит, но есть более безопасные и простые решения получения первоначального капитала.

Ключевые слова: собственный бизнес, бизнес-план, отчёт о движении денежных средств, капитал, инвестиции, венчурные инвестиции, франчайзинг, краудфандинг, гранты и субсидии.

На дворе осень, мы студенты, будущие экономисты. Хотим быть не просто выпускниками экономического факультета, а высококвалифицированными работниками.

Мы задумываемся об открытии собственного дела. Мы как будущие бизнесмены мечтаем о том, чтоб наше дело было бы достаточно прибыльным.

И многие задумываются над вопросами: «С чего начать? где взять первоначальный капитал? куда бежать?» Так, давайте по порядку: чтоб выйти в свободное плавание, предпринимателю необходим бизнес-план.

Грамотно составленный бизнес-план фундамент для нашего дела.

Этот документ даст веский ответ на вопрос: «Стоит ли вообще риск открытия своего дела, и принесёт ли оно прибыль в будущем?»

У нас есть бизнес-план, что делать дальше? Поиск источников финансирования. Важнейшим разделом бизнес-плана является построение финансового плана, который выражает функционирование и развитие предприятия в денежном выражении.

И здесь в помощь отчёт о движении денежных средств, подразделяющийся на три вида деятельности, но нам интересна финансовая деятельность, которая включает в себя один из видов денежного потока-кредит, в котором многие видят единственный источник финансирования.

Но, перед тем как обратиться в банк, стоит хорошо взвесить плюсы и минусы данного варианта.

Если вы не уверены, то лучше продать какую-то собственность или накопить необходимый капитал, взять в долг у родственников или друзей, найти себе партнера и вложиться в дело вместе с ним.

А если вы настроены решительно, то стоит подумать о таких понятиях как:

Инвестиции -это вложение денежных средств в различные финансовые инструменты с целью получения прибыли[4];

Венчурные инвестиции -это инвестиции, предназначенные для финансирования новых (так называемых стартапов) или растущих компаний, деятельность которых сопряжена с высокой или относительно высокой степенью риска. Как правило, это долгосрочные инвестиции в компанию, совершенные в обмен на долю (акции) этого предприятия, в ожидании доходности для инвестора выше среднего рыночного уровня в данной отрасли[2];

Франчайзинг -это форма продолжительного делового сотрудничества нескольких фирм, при котором компания с известным на рынке именем (франчайзер) перепродает права на него вместе с технологией производства или продажи товара или услуги независимым от нее предприятиям (франчайзи)[8];

Гранты -это безвозмездная субсидия предприятиям, организациям и физическим лицам в денежной или натуральной форме на проведение научных или других исследований, опытно-конструкторских работ, на обучение, лечение и другие цели с последующим отчетом об их использовании[5];

Субсидии -это пособие в денежной или натуральной форме, которое предоставляется за счёт государственного или местного бюджета, или же специальных фондов, юридическим и физическим лицам, местным органам власти, другим государствам для создания, развития или поддержания какой-либо деятельности[7];

Краудфандинг -это коллективное сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило, через интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций[5].

Всегда имеется страх перед тем, что может что-то не получиться.

Например, что не найдётся покупателей и посетителей или боязнь остаться ни с чем, то есть страх перед рисками.

Если же вы предварительно оценили и спланировали ситуацию, то вы вполне определили все сильные и слабые стороны будущего предприятия[1,245].

К сожалению, большинство отечественных фирм обращаются в банки для получения кредита.

Но мы хотим подчеркнуть, что для реализации проекта необязательно бежать за поддержкой в банк. Работайте на идею и ищите другие пути.

Что такое бизнес без кредита?

Это когда ты открываешь своё дело и постепенно растёшь и развиваешься, возвращая инвестиции себе, своим партнёрам, если они имеются, и тем, кто поверил в твою идею и вложил в тебя деньги.

Согласитесь, компания, которая имеет багаж, а именно более 70% основного капитала в скором времени распадётся

Верное ли это решение?

Дать конкретного ответа на поставленный вопрос у нас не получится. Нынешняя экономика кричит, что да.

А остальное уже за вами.

Таким образом, для того, чтобы открыть свой бизнес необязательно брать кредит. Если внимательно посмотреть на бизнесы, которые были построены на кредитах, то можно заметить, что именно они в большей степени пострадали от экономического кризиса.

На самом же деле они не очень устойчивы.

Если присмотреться, сколько владелец выплачивает банку, то можно заметить, что банку он выплачивает больше, чем получает дохода для себя, человеку, который работает по 14 часов в день для развития своего бизнеса.

Список литературы:

1. Бабич А.М. Государственные и муниципальные финансы / А.М. Бабич, Л.Н. Павлова. - М.: Юнити-Дана, 2017. - 687 с.
2. Венчурные инвестиции. [Электронный ресурс]-Режим доступа:<http://novadon.ru/chastyevoprosy/items/chto-takoe-venchurnye-investicii.html>

3. Гарифуллин Р.Ф. «Повышения эффективности функционирования прямой и обратной связи участников образовательного процесса по средствам создания информационных систем»
4. Гранты. [Электронный ресурс]-Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82>
5. Инвестиции. [Электронный ресурс]-Режим доступа: <https://kazarabativat.ru/investirovanie/chto-takoe-investicii/>
6. Краудфандинг. [Электронный ресурс]-Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B0%D1%83%D0%B4%D1%84%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B3>
7. Субсидии. [Электронный ресурс]-Режим доступа: http://economic-definition.com/Loans/Subsidiya_Grants__eto.html
8. Франчайзинг. [Электронный ресурс]-Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/biznes/franchayzing.html>

РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Белогубова Анастасия Павловна

*студент, Воронежский Государственный Университет,
РФ, г. Воронеж*

Митина Наталья Николаевна

*канд. экон. наук, доцент, Воронежский Государственный Университет,
РФ, г. Воронеж*

Культура организации – это следование тем традициям, ценностям и убеждениям, которые существуют на данном предприятии, и проявляющееся в поведении работников [1]. Причем следование существующим традициям может в разных организациях восприниматься работниками по-разному. Корпоративная культура реализуется в традициях, которые имеют место в компании. И многое в этом случае зависит от руководства, так как те ценности, которые выгодны компании, ведут к успеху и развитию. Что, в свою очередь, отражается на результатах деятельности. Именно поэтому предприятие должно формировать и развивать позитивную организационную культуру. Те компании, которые этому процессу уделяют большее внимание, в конце концов, оказываются впереди менее внимательных к этой среде конкурентов.

Зачастую сформировавшиеся традиции в «компаниях – старожилах» могут не соответствовать современному времени, и попытки их изменить могут привести к негативным последствиям. Консервативный и инертный подход к корпоративной культуре может привести к негативным последствиям, но и новые изменения могут не прижиться. На сегодняшний день необходимо очень внимательно относиться к преобразованиям в организационной культуре, так как в период становления российской экономики в пост советское время, этот момент был упущен. Следствием этого является сформировавшаяся самостоятельно организационная культура, которая далеко не всегда способствует достижению целей компании. А так же следует учитывать национальные особенности россиян при формировании культуры, которая будет направлена на достижение целей компании.

Решившись на целенаправленное формирование организационной культуры, руководству необходимо в первую очередь решать вопросы стратегии, направления организации, способов достижения целей. После решения этих задач можно формулировать ценности, отвечающие целям организации, которые положат в основу организационной культуры фирмы.

Насколько существующая корпоративная культура способствует развитию компании это уже другой момент. Ее нельзя убрать, но ею можно управлять и корректировать.

Организацией работы коллектива, принципами функционирования в компании занимаются руководители различных звеньев. Ведь сотрудники это главный трудовой ресурс компании, который приносит прибыль. От трудового коллектива зависит, насколько будет успешна компания, какая будет ее репутация, какие будут прибыли, общий имидж компании. Фирма – это люди, сотрудники компании. Гораздо лучше удовлетворить потребности торгового персонала, чем бороться с саботажами и увольнениями.

В российских компаниях очень редко можно встретить документ, регламентирующий корпоративную культуру на предприятии. Это пережитки времен СССР, когда этому не придавалось особого значения. Многие зарубежные компании поняли значимость этого документа и его соблюдения.

Корпоративная культура в СССР была ключевым моментом на предприятии, только называлось это несколько иначе. Основой было государство и его интересы, а корпоративная культура – это идеология государства. С соблюдением культуры следили строго, и могли уволить [2].

На сегодняшний день наблюдается либеральная политика компаний в отношении работников и соблюдении корпоративной культуры.

Развивать и совершенствовать существующую культуру на предприятии задача не простая. Зачастую многие предприятия не придают большого значения корпоративной культуре, что дает неконтролируемый старт для ее самостоятельного развития. А это развитие далеко не всегда является положительным для стратегических целей компании.

Менеджмент направлен на управление ресурсами, а самый сложно поддающийся управлению – это человеческий ресурс. Простые и технологичные схемы в этом случае не работают. Учитывая всю сложность человеческих отношений, современный менеджмент ставит перед собой задачу создавать многогранные сложные системы для управления человеческими ресурсами. Персонал организации живет и подчиняется законам, как и любая другая общность. Здесь рождается понятие «корпоративная культура», которая есть в любой организации, хотя персонал может даже об этом не задумываться. Существующая в организации корпоративная культура может быть, как положительной, так и отрицательной для целей организации. Эту культуру нельзя изменить быстро, ее нельзя убрать, отменить и т.д. С существующей культурой необходимо взаимодействовать, постепенно и незаметно изменяя ее и совершенствуя, что поможет подстроить культуру под цели организации.

В этой связи возникает необходимость создания внутреннего документа организации – корпоративного кодекса, в котором будут записаны принципы работы компании, основные морально-этические и деловые нормы, которыми руководствуются сотрудники организации.

Корпоративный кодекс в этом плане призван решить ряд проблем в организации:

1. Подбор подходящего персонала в команду
2. Адаптация «новичков» в компании, легкое вхождение в трудовой коллектив
3. Создание имиджа успешной компании (это привлекает лучших специалистов)
4. Высокая конкурентоспособность, использование своих преимуществ
5. Осознание работниками своей значимости для компании, снизится текучка кадров

Есть несколько ключевых элементов, которые могут оживить коллектив.

Главные принципы работы

Формулировка ценностей, цели, миссии компании – это обязательный элемент, необходимый, прежде всего, самим сотрудникам. Это позволит четко понять, в какую сторону стоит двигаться, к чему стремиться, чего добиваться. А также, что очень важно, в каких сферах новые идеи особенно важны.

Сбор информации о своих сотрудниках

Первый принцип работы любой организации: сотрудник – это человек. А любому человеку приятно внимание. Поздравление с днем рождения, даже просто на словах, с профессиональными и другими праздниками показывает заинтересованность в человеке. Человек чувствует, что его ценят.

Не стоит забывать о хобби у сотрудников, чем они любят заниматься, чем интересуются, ведь это нужно не только затем, чтоб дарить правильные подарки, но и чтоб знать, чем можно заинтересовать его, какие индивидуальные условия работы предложить.

Поощрение персонала

Поощрять необходимо. Материально ли (премии) или нематериально – в каждом случае следует решать отдельно, но со стороны руководства реакция на успехи сотрудников просто необходима. Во-первых, это мотивирует работников на более результативную деятельность, так как от дополнительных бонусов ещё никто не отказывался. А во-вторых, отношения между руководством и подчиненными заметно улучшаются.

Отношение к их ошибкам

Предотвратить ошибки получается не всегда. Главное, чтоб из неудачного опыта человек извлек положительный результат. Система штрафов эффективна далеко не всегда. Она скорее настраивает сотрудника против своего руководства, установившего её. Гораздо эффективнее будет разобраться вместе начальнику и подчиненному, почему так случилось, в чем причина ошибки и как не допустить ее во второй раз. Не оказывая на подчиненного давления и не обвиняя его ни в чем. Главное помнить, ошибки случаются у всех. Главное, чтоб они не повторялись.

Открытость как главный принцип

Открытость и прозрачность отношений и процессов – ценности, которыми необходимо руководствоваться в компании. Чем больше информации будет доступно сотруднику, тем надежнее он будет ощущать себя в компании. Если есть доверие к сотруднику, то и в ответ будут доверять. Если принятые решения не доводятся до сведения подчиненных, то не удивительно, что они могут совершать ошибки. К тому же это ведёт к порождению слухов, что, безусловно, не сыграет на руку никогда.

Поддержание инициативы

Открытость предполагает не только свободный доступ к информации, но и возможность участвовать в её создании, в принятии каких-либо решений. Безусловно, никто не призывает ввести полнейшую демократию, выставлять решение важнейших вопросов бизнеса на суд всего коллектива, но позволить коллективу участвовать в организации собственной жизни – это в силах любой компании.

Слушать своих сотрудников

Пусть они высказывают свои пожелания относительно организации работы. Можно ввести еженедельное экспресс-совещание на 15 минут, где будут говорить сотрудники, высказывать свои недовольства по каким-то вопросам, пожелания. Если какое-то недовольство будет не высказано, это впоследствии может вылиться в разлад внутри коллектива или саботаж. К тому же ещё одним плюсом данного совещания является налаживание отношений: как между сотрудниками, так и между сотрудником и руководством. Взаимодействие, основанное на страхе, отнюдь не продуктивно.

Нововведения и самобытность

Не стоит бояться всего нового, нужно быть открытыми и готовыми к изменениям, воплощая идеи в реальность. Внутри коллектива всегда должна быть динамика. Не стоит давать сотрудникам возможности подумать, что компания забыла о них. Однако всё же не стоит и забывать, что каждая компания уникальна, как уникален и коллектив в ней. Выделять следует самое хорошее, сохранять и оберегать это, а остальное вполне можно подвергнуть реформации, ведь враг хорошего только лучшее.

Корпоративные мероприятия

Пожалуй, наиболее частый способ как-то сплотить коллектив, организовать неформальное общение – проведение корпоративных мероприятий. Только не стоит ограничиваться участием сотрудников в нём. Стоит позволить им активно влиять на ход разработки его и создания. Тогда и организатору будет меньше претензий, а эффект будет гораздо лучше.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод о том, что единство коллектива и руководства, атмосфера доверия, коммуникативная компетентность менеджеров, тёплый психологический климат являются немногочисленными составляющими, при которых даже самые сложные проблемы могут быть решены сообща [3].

Следует понимать, что слабую организационную культуру можно изменять в сторону сильной культуры, важно правильно выбрать инструменты воздействия. Торговый персонал предприятия может воспринять быстрые изменения в организационной культуре как попытку что-то навязать от руководства. Изменять культуру возможно, но делать это нужно осторожно и постепенно, так как культура должна требовать понимания и одобрения среди торгового персонала. Для изменения культуры необходимы соответствующие действия и инструменты.

Список литературы:

1. Т.Ю. Базаров Управление персоналом / Т.Ю. Базаров. - М.: Академия, 2017. - 224 с.
2. Е. Ветлужских Мотивация и оплата труда: Инструменты. Методики. Практика/ Е. Ветлужских. - 5-е изд. - М.: Альпина Паблишер, 2014. - 151 с.
3. В.Г. Макеева Культура предпринимательства: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / В.Г. Макеева. – М.: ИНФРА-М, 2002. - 217 с.

МЕСТО ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ

Белогубова Анастасия Павловна

*студент, Воронежский Государственный Университет,
РФ, г. Воронеж*

Митина Наталья Николаевна

*канд. экон. наук, доцент, Воронежский Государственный Университет,
РФ, г. Воронеж*

Современные руководители и управляющие рассматривают культуру своей организации как мощный стратегический инструмент, позволяющий ориентировать все подразделения и отдельных лиц на общие цели, мобилизовать инициативу сотрудников и облегчать продуктивное общение между ними.

Они стремятся создать собственную культуру для каждой организации так, чтобы её придерживались и понимали все служащие.

Исследование организационной культуры на предприятиях началось еще в начале XX в.

Первой попыткой исследования организационной культуры управления считаются труды американских ученых во главе с Э. Мейо в начале 1930-х гг. В американской компании Western Electric в Чикаго впервые проводился эксперимент в течение 1927–1932 гг. с целью выяснения влияния организационной культуры управления на производительность труда.

Был сделан вывод о том, что для работников важна как внешняя среда, так и внутренняя в которой образуется определенный климат и складываются взаимоотношения между сотрудниками [1].

А исследования ученых, как Т. Орлова, В. Сухоруков, В. Спивак и др., внесли огромный вклад в становлении теории организационной культуры, в объяснении роли культуры в управлении организацией.

Роль организационной культуры определяется её задачами:

1. развитие системы внутренних коммуникаций;
2. формирование единого представления о стратегии и будущем компании;
3. внедрение профессионально значимых ценностей;
4. корректировка некоторых стандартов и норм, препятствующих эффективной работе сотрудников или снижающих эффективность рабочего взаимодействия [4].

Организационная культура – это совокупность господствующих в организации ценностных представлений, норм и образцов поведения, определяющих смысл и модель деятельности сотрудников независимо от должностного положения и функциональных обязанностей [2, С. 50-51].

Организационная культура – это культура членов организации, направленная на достижение целей организации.

Это иерархическая система, в вершине которой стоят коллективные базовые представления, затем ценности и идеалы, затем артефакты [6].

Организационная культура – сложившаяся в коллективе атмосфера, отношение к работе, ошибкам своим и коллег, конфликтам, клиентам, поставщикам и многому другому.

Организационная культура задает рамки, в которых на предприятии становится возможным эффективное принятие решений на каждом из уровней управления, более полно раскрывает возможности использования ресурсов организации, регламентирует управленческую деятельность, способствует идентификации сотрудников с организацией.

Формирование организационной культуры организации позволяет определить готовность персонала к коллективной работе для выполнения ответственной профессиональной миссии.

Организационная культура может стать инструментом, как способствующим повышению показателей эффективности компании, так и сдерживающим ее развитие.

В связи с тем, что организационная культура инерционна [1], возникает необходимость в ее формировании, изменении и управлении.

Место организационной культуры в системе управления организацией сложно недооценить.

Ее цель – оказать помощь в продуктивной работе, испытывать удовольствие от труда.

Когда сотрудник оказывается в чужой для него организационной культуре, деятельность его может быть скованна, ограничена.

Или ситуация с другой стороны, когда имеется соответствие организационной культуры и ценностные установки, то деятельность работника становится лучше и естественно увеличивается эффективность.

В общем смысле организационная культура направлена на: формирование благоприятного климата в организации, усиление коммуникаций между работниками, формирование ценностей для работников (например, ценность имеет продвижение по карьерной лестнице).

Главная цель организационной культуры – обеспечение реализации целей компании с помощью трудового персонала.

Одной из ценностей организационной культуры, является мотивация для работников предприятия.

Мотивация – позиция, побуждающая человека действовать специфическим, целенаправленным образом.

В иерархии потребностей А. Маслоу, организационная культура удовлетворяет потребности человека в статусе социальном.

Данный статус находится на высшем уровне пирамиды и в него входят: дела в организации или компании и самовыражение сотрудников.

Организационная культура выполняет целый ряд функций:

1. Охранная функция заключается в образовании некоего барьера, данный барьер ограждает предприятие от нежелательных внешних воздействий;

2. Интегрирующая функция укрепляет основу социальной стабилизации на предприятии. Организационная культура в данной функции имеет роль социального клея, благодаря которому коллектив, более сплоченный;

3. Регулирующая функция – средство, которое помогает формировать и контролировать, как поведение, так и восприятие, приемлемое и целесообразное для данного предприятия.

4. Адаптивная функция выражается в чувстве общности всех членов организации;

5. Ориентирующая функция культуры определяет цель и выбирает путь, для быстрого достижения данной цели.

6. Мотивационная функция усиливает вовлеченность в дела организации и преданность ей;

7. Функция имиджа организации передает индивидуальность данной организации и показывает отличия между другими предприятиями [5].

Организационная культура оказывает воздействие на каждый функционирующий элемент системы управления, отражая ценности и идеологию управления организацией.

Наибольшее влияние на себе чувствует система управления персоналом, так как она наиболее близка, предполагая управление трудовыми ресурсами организации.

Создавая элемент процесса управления, идеологию, организационная культура может оказывать большое влияние.

Трудовой потенциал оказывает влияние на организационную культуру. Человек является как субъектом, так и объектом управления, так как управление организацией осуществляется людьми.

Управление качеством, управление производством, управление логистикой – все это не отдельные процессы, а управление конкретными процессами, которое осуществляется кон-

кретным человеком, который, например, составляет логистический план. Его понимание процесса, его знания, умения, навыки составляют основу управления этими процессами.

Наличие отлаженной и эффективной организационной культуры, ее поддержка со стороны всего коллектива особенно актуальны во время продолжающегося экономического кризиса в нашей стране.

По этой причине развитие организационной культуры остается одним из наиболее актуальных направлений деятельности отдела кадровой политики.

Сотрудники, которые разделяют общие идеи и ценности компании, чувствуют себя частью одной команды и членами «большой семьи». Это положительно отражается на их лояльности к компании в целом, и руководству в частности.

Команда таких специалистов способна демонстрировать высочайшие показатели производительности, с ними можно «пережить тяжелые времена».

Организационная культура помогает снижать издержки на содержание персонала, ведь мотивированные корпоративными ценностями сотрудники менее склонны к проявлению недовольства уровнем оплаты и условиями труда.

Кроме того, наличие организационной культуры может стать весомым преимуществом во время подбора нового персонала – если соискатели будут знать о принятых в компании нормах и правилах заранее, это повысит ее привлекательность как потенциального работодателя.

Организационная культура должна исходить от высшего руководства компании, в том числе и от генерального директора.

Он должен подавать личный пример своим подчиненным, быть вдохновителем и идейным лидером для всего персонала компании.

Организационная культура должна быть воспринята всеми членами организации. Организационная культура является важной частью в жизни коллектива.

При знакомстве с организацией в первые дни работы, организационная культура проявляет себя в разных сферах. Будь то общение между собой, такие традиции сложились за совместные годы работы. В любой организации есть своя организационная культура, как в малом бизнесе, так и на большом предприятии. Чем больше сотрудников поддерживает такую культуру, тем легче работать на данном месте.

Таким образом, подводя итог, следует отметить, что руководство организации формирует ценности, нормы поведения, которые выступают одними из главнейших элементов организационной культуры, обеспечивающими эффективность управления.

В данном случае, организационная культура выступает гарантом функционирования организации, определяет успешность ее управления и контроля.

Она также оказывает влияние на поведение всех членов трудового коллектива, определяя состояние морально-психологического климата и мотивацию сотрудников к осуществлению трудовой деятельности.

Список литературы:

1. И.А. Журавлева Организационная культура как фактор повышения эффективности деятельности предприятия: Дис. ...канд. экон. наук: 08.00.05. – СПб., 2014. – 146 с.
2. Л.В. Карташова, Т.В. Никонова, Т.О. Соломанидина Организационное поведение: Учебник. М.: Инфра М, 2013. – 220 с.
3. М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури Основы менеджмента: Учебник. М.: Вильямс, 2017. – 672 с.
4. Е.А. Терещук Корпоративная культура в системе категорий культуры // Материалы 9-й международной научно-практической конференции памяти Л.Н. Когана, Ч.І. Екатеринбург, УрГУ, 2006. – С.108-109
5. Н. Угрюмов, А. Блинов Теория и организационное поведение: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2015. – 288 с.
6. А.Д. Чанько Опыт диагностики организационной культуры российских компаний // Российский журнал менеджмента. – 2005. – Т. 3. – № 4. – С. 29–54

ОЦЕНКА ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Грозных Тамара Сергеевна

*магистрант, Уральского государственного экономического университета,
РФ, г. Екатеринбург*

Аннотация: Статья посвящена описанию влияния различных факторов на формирование имиджа российского рынка делового туризма

Ключевые слова: имидж, внешняя политика, международный туризм, Российская Федерация, туристический поток

Под имиджем понимают «искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия» [2, с. 191]. Применительно к стране имидж отражает представление о ней, существующее на мировой арене. Соответственно, туристический имидж – это представление о стране как об объекте притяжения туристов.

Формирование туристического имиджа страны, по мнению разных исследователей, обусловлено действием следующих факторов: наличие благоприятных для развития туризма природных ресурсов; нахождение страны в зоне благоприятного для развития туризма климата; существование в стране исторических центров и достопримечательностей; наличие транспортной и гостиничной инфраструктуры, доступные цены на транспортные услуги и размещение; действующий в стране визовый режим; свободные коммуникации на родном (привычном) для туриста языке [1, с. 152]; выгодное географическое положение [3, с. 64]; политическая стабильность как гарантия безопасности; экономическая стабильность как гарантия высокого качества обслуживания в туристическом и сопутствующих видах бизнеса [2, с. 192].

Помимо перечисленных, могут существовать и другие факторы. Безусловно, каждый из перечисленных факторов влияет на туристическую привлекательность страны, но только в той степени, в которой он становится известен потенциальным туристам, т. е. ровно настолько, насколько он транслируется при помощи массовых коммуникаций. Поэтому даже при наличии большого числа благоприятных для туризма факторов туристический имидж страны на мировом рынке может быть негативным вследствие неправильного (искаженного, негативного) информирования потенциальных туристов об этих факторах или, напротив, вследствие полного отсутствия информации о стране как объекте туристского интереса.

Проследить, как именно изменяется туристический имидж страны с точки зрения иностранцев, помогают различные индексы. Одним из признанных в мире туристических индексов является Индекс визовых ограничений (Visa Restriction Index), ежегодно составляемый Henley & Partners в партнерстве с Международной Ассоциацией воздушного транспорта (IATA). В основе этого индекса лежит сложность получения виз в тех или иных странах и наличие у граждан каждой страны возможности посещать определенное количество стран без оформления виз. Оценка этих показателей экспертами Henley & Partners и IATA позволяет расположить страны в порядке убывания визовой свободы. Изменения ранга РФ в этом рейтинге представлены на рисунке 1. Согласно данным рисунка 1, рейтинг России был максимальным (38 место) в 2014 году. Далее рейтинг динамично снижается, достигнув в 2017 году 51 позиции, что примерно соответствует позициям страны, занимаемым ею в 2009–2010 годах. Это означает, что, начиная с 2014 года, туристы некоторых стран столкнулись с ограничениями, препятствующими получением ими виз для посещения РФ, а граждане РФ – с большими сложностями в получении виз на въезд в ряд других государств (например, в те государства, с которыми ранее у РФ были договоры о безвизовом режиме для граждан). Согласно данным Henley & Partners, в 2017 году граждане РФ могли посещать

без виз 106 государств мира (для сравнения – лидеры рейтинга – ФРГ – 177 стран мира из существующих 218) [9].

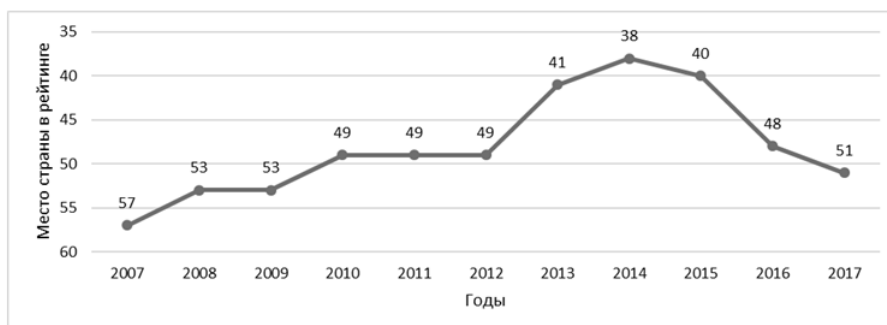


Рисунок 1. Динамика рейтинга РФ в Индексе визовых ограничений [9]

Рассмотрим остальные факторы, представленные в приведенном выше списке. Так, например, если исследовать наличие в России природных и культурных объектов, интересных для посещения туристами, то можно обратиться к списку объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО. На данный момент в нем содержится 17 культурных и 11 природных объектов. Из общего числа культурных объектов 6 объектов признаны шедеврами человеческого гения, а из общего числа природных объектов 4 объекта являются природными феноменами [7]. По общему числу объектов Всемирного наследия Российская Федерация занимает 9 место в мире, а по числу природных объектов – 4 место после Китая, США и Австралии [6]. Помимо включенных в перечень ЮНЕСКО, Россия готова предложить туристам тысячи культурных достопримечательностей и исторических объектов, расположенных по всей территории страны.

Рассматривая российский климат, следует отметить уникальность страны с точки зрения дифференциации климатических поясов (арктического, субарктического, умеренного и субтропического). Выгода от такого географического положения состоит в возможности создания транспортных коридоров на территории страны, формируя транзитные транспортные потоки, в том числе способствующие транзитному туризму. В то же время транспортная инфраструктура России до недавнего времени считалась одной из самых насущных проблем экономики страны. Однако в последнее время, благодаря реализации мероприятий Федеральных целевых программ в транспортной сфере, транспортная инфраструктура РФ значительно улучшилась.

То же самое можно сказать и о возможностях свободных коммуникаций на иностранных языках. В крупных городах России уже появляются указатели и туристические справочники на иностранных языках, многие представители сервисных организаций владеют как минимум английским языком. Но при продвижении туристов вглубь России коммуникации все более усложняются. Как следствие, для получения необходимых услуг туристам, посещающим РФ, необходимо знать хотя бы базовый набор разговорного русского языка.

В то же время наличие всех перечисленных позитивных факторов, которые должны симулировать развитие туризма в РФ, работают для достижения этой цели недостаточно эффективно. Это связано с наличием недостатков в политической и экономической сферах. Состояние политической ситуации внутри страны и вне ее следует рассматривать раздельно. Внутриполитическая ситуация характеризуется стабильностью и контролируемостью. Это обусловлено значительными успехами органов исполнительной власти по профилактике проявлений экстремизма и межэтнических конфликтов, пресечении каналов финансирования террористической деятельности. В то же время политологи отмечают, что имеются попытки влияния некоторых западных стран на сознание российского населения с целью изменения политической конъюнктуры власти, приближения чуждых российскому населению идей так называемой «толерантности» к принятию его сознанием. Однако такие попытки оказывают

обратный эффект, консолидируя российское население против западной агрессии как носителя чуждой идеологии. В то же время такая консолидация не обращена к представителям западных народов, которые имеют возможность посещать РФ без опасения за свою жизнь. В то же время снижающийся уровень жизни населения может в будущем создать протестные настроения, которые могут стать особенно сильными в регионах страны. Как утверждают политологи, такие настроения в обществе в настоящее время сдерживаются лишь «необходимостью выстоять перед внешним врагом», т. е. странами, правительства которых агрессивно настроены по отношению к РФ. Отмена санкций и исчезновение «внешнего врага» будет служить росту протестных настроений [4] и, с этой стороны, может служить снижением ощущения безопасности туристов.

Внешнеполитическая ситуация в РФ в настоящее время развивается по-разному в зависимости от того, в отношении какой группы стран она развивается.

Экономическая ситуация в стране характеризуется экспертами как фаза стабильности в ожидании роста. Эта фаза характеризуется: сокращением потребительских доходов и расходов; углублением экономического неравенства между разными слоями населения; хронической напряженностью в государственных финансах; постепенным регулированием государственного сектора в достаточно сложных политических и экономических условиях; экономией на заработной плате работников предприятиями практически всех секторов экономики при стабильном уровне безработицы [5, с. 109–112].

Иными словами, можно предполагать, что основными факторами из рассмотренных, которые могут повлиять на рост деловых поездок, являются: транспортная инфраструктура, международная открытость, человеческие ресурсы и рынок труда, охрана и безопасность и бизнес-среда. Помимо перечисленных, интересно также то, что в обоих рассмотренных случаях наблюдались более высокие в сравнении с РФ показатели приоритетизации туризма в исследованных странах. Это говорит о том, что туризм не может развиваться сам по себе, необходимы федеральные проекты, направленные на его развитие.

Список литературы:

1. Ананченкова П. И. Туристический имидж дестинации (на примере Азербайджанской республики) / П. И. Ананченкова, М. Ю. Кузнецов // Этносоциум и межнациональная культура, 2017. – № 7 (109). – С. 152–157.
2. Дугужева С. С. Имидж России как объект туристической привлекательности в условиях кризиса / С. С. Дугужева // Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма : Материалы второй Международной научной студенческой конференции, 2015. – С. 191–195.
3. Королев Н. Н. Реализация туристического потенциала историко-культурного наследия Беларуси / Н. Н. Королев, Е. В. Рябова // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств, 2015. – № 3 (32). – С. 64–70.
4. Полуниин А. Россия-2017: «внутренний фронт» приходит в движение / А. Полуниин. – Режим доступа: <https://svpressa.ru/politic/article/163694/> (дата обращения: 07.01.2018).
5. Фам К. Ф. Анализ основных факторов, повлиявших на экономическую ситуацию в РФ в 2015–2016 годах / К. Ф. Фам, М. П. Лазарев // Экономика и бизнес: теория и практика, 2017. – № 4-2. – С. 109–112.
6. Фонд «Охрана природного наследия» // Фонд «Охрана природного наследия». – Режим доступа: <http://www.nhpfund.ru/> (дата обращения: 06.01.2018).
7. Центр Всемирного наследия // UNESCO. – Режим доступа: <http://whc.unesco.org/ru/list/?iso=ru&search=&> (дата обращения: 06.01.2018).
8. Competitiveness Rankings // World Economic Forum. – Режим доступа: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/competitiveness-rankings/#indicatorId=GCI.A.02> (дата обращения: 06.01.2018).
9. Henley & Partners Visa Restriction Index // Henley & Partners Visa Restriction Index – Режим доступа: <http://visaindex.com/#> (дата обращения: 05.01.2018).

«НОВАЯ ЭКОНОМИКА» (ПОНЯТИЯ, ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ В ИЗУЧЕНИИ)

Елунина Анастасия Юрьевна
студент, ФГБОУ «ОмГПУ»
РФ, г. Омск

THE «NEW ECONOMY» (CONCEPTS, MAIN APPROACHES IN THE STUDY)

Anastasia Elunina
FGBOU "Omgpu",
Russia, Omsk

Аннотация. Рассматриваются теоретические подходы к изучению «новой экономики». Анализируются факторы, под влияние которых возникла «новая экономика», и ее основные черты.

Abstract. Examines theoretical approaches to the study of the "new economy". The factors under the influence of which arose the "new economy" and its main features.

Ключевые слова: новая экономика, глобализация, институциональный подход, пространственная экономика, эволюционная экономика, экономика знаний.

Keywords: new economy, globalization, institutional approach, spatial economics, evolutionary economics, knowledge economy.

Современное общество шагнуло на новую степень развития, этому поспособствовали социально-экономические преобразования происходящие в мире. Образовался новый вид социума - постиндустриальное общество. Главной чертой которого является то, что в экономике производство услуг имеет преимущественно над производством товаров.

Современная тенденция развития общества раскрывается в переходе от промышленной экономики к «новой экономике». Основу нового вида экономики составляет наукоемкие информационные технологии и информационные ресурсы. В рамках информационного общества появляется новое направление «экономика знаний», оно определяет, что фактором экономического роста является информация, связанная с превращением нового знания.

В рамках «новой экономике» широко применим институциональный подход. Данный научный подход показывает условия, при которых система институтов может обеспечивать накопления, распределять знания. Для этого необходимо выступление «новой экономики» предметом специального управления на всех уровнях экономики. Так можно сказать, что институты являются факторами развития знаний. [5; с. 70-75].

Для более конкретного описания подхода институциональной экономики стоит выделить ее основные принципы:

а) принцип методологического индивидуализма. Возникновение новых институтов происходит благодаря изменениям и преобразованиям интересов социума.

б) концепция спонтанной эволюции общественных институтов. Институты образуются самостоятельно, не зависимо от внешних факторов.

В рамках выше указанной теории показывается влияние всех социальных институтов на принятие экономических решений и определяется роль этих институтов в эволюции экономического процесса.

Зарубежные исследования в отдельных аспектах пространства хозяйственной системы определились в новом направлении экономических исследований — пространственная экономика.

Выделяется связь между пространственной и региональной экономикой. Но экономика региона изучает мобильные и ограниченно мобильные факторы производства, а новое течение экономической мысли сосредоточено на изучении механизмов противоречия: неравномерность распределения, обостренные отношения между центром и периферией и т. п. Непрерывно и последовательно происходящие трансформации территориальных условий хозяйства в ресурсы, а после в факторы и продукты производства, позволяющие привлечению новых ресурсов, должны стать объектом пространственной экономики.

Ученые, исследуя особенности «новой экономики», отмечают, что она следует биологическим законам, а не технологическим. Данное основание послужило созданию теории эволюционной экономики [1; с. 107-109].

Основными положениями эволюционной экономической теории являются:

- изменения, возникающие во взаимодействии внешних и внутренних факторов, являются спонтанными и необратимыми процессами;
- механизм развития рассматривается в контексте изменчивости, отбора и наследственности;
- институциональные и прочие не рыночные факторы в значительной мере влияют на поведение хозяйствующих субъектов;
- причинно-следственные связи выступают в роли регулятора направленности и темпов экономической революции.

Предметом эволюционной экономики является прогресс во всех сферах экономики. Эволюционная экономика способствует поиску и разработке способов управления эволюционными свойствами экономики, в целях развития человечества.

Перейдем к понятию определения «новая экономика». Точного определения данное явление еще не имеет, но в широком смысле понимается как производство товаров и услуг с применением новейших, высоких технологий. В узком смысле «новая экономика» — это производство товаров и услуг с использованием информационных технологий. [8; 15-17]

Таким образом, можно выделить три основных метода толкования понятия «новая экономика» (табл.1) [13; с. 363-366]:

Таблица 1.

«Новая экономика»
<ul style="list-style-type: none"> • экономика, которая способная достаточно долго развиваться относительно высокими темпами при низком уровне инфляции и безработицы;
<ul style="list-style-type: none"> • отрасли экономики, напрямую связанные с производством и распространением информации, с использованием информационных технологий и созданием новых сетевых возможностей для развития бизнеса;
<ul style="list-style-type: none"> • процессы глобализации и мировой интеграции, которые: <ul style="list-style-type: none"> а) варьируют условия функционирования национальной экономики и бизнес-моделей; б) добиваются координации экономической политики различных стран.

Факторы определяющие возникновение «новой экономики» [12; с.6]:

- 1) глобализация экономики, которая характеризуется снижением налогов на прибыль предприятий, развитием свободной торговли, усилением мобильности капиталов, либерализацией рынков и т.д;
- 2) создание новых форм занятости и оплаты труда;
- 3) стремительное развитие технологий и техники;
- 4) распространение квалифицированного и умственного труда;
- 5) всеобщая компьютеризация информатизация.

Рассматривая понятие «новая экономика» следует определить основные черты [3; с.45]:

1) Знание выступает как основной ресурс и производственный фактором. Результатом использования знаний является произведенный продукт. Знания — это ресурс, используемый для создания товаров и услуг, и элемент инфраструктуры (в виде системы образования, научных институтов и пр.);

2) Переход на информационные технологии. Внедрение данного вида технологий в производственную и непромышленную сферу (здравоохранение, торговля, образование и др.);

3) Глобализация «новой экономики». Движущей силой развития мировой экономики в современной мире выступает «новая экономика».

«Новая экономика» представляет собой процесс мировой интеграции и глобализации, изменяют функции отдельной национальной экономической единицы и претендует на инновационный подход для ведения экономической политики. Также «новая экономика» определяется как совокупность отраслей, которые относятся к различным сферам деятельности. Наиболее полное представление о различных проявлениях новой экономики можно увидеть в табл. 2 [7; с. 3-7].

Таблица 2.

Формы проявления новой экономики

Сектор экономики	Процессы
Производство и технологии	Повышение производительности труда, а в следствии и темпов экономического роста
Международные связи и взаимоотношения	Процессы глобализации и интеграции, рост объёмов торговли, повышение мобильности капитала, рост конкуренции на ранках труда.
Экономика информации	Падение предельных издержек производства и положительная отдача от масштаба
Сетевая экономика	Сетевые экстерналии, многократный рост объёма передаваемой информации
Экономика знаний	Появление новых институтов и форм образования
Рынок капиталов	Рост волатильности финансовых рынков, скорости трансакций и снижение трансакционных издержек
Менеджмент и технологические процессы	Изменение бизнес-моделей, развитие информационных технологий и применение компьютеров

В развитии «новой экономики» существуют некоторые трудности. Например: зависимость от природных ресурсов, социально-экономическое неравенство не только между социальными слоями, он и регионами и др. Понятие «новая экономика» сложно привести к единому определению, данная экономическая система разнообразна и связана с различными научными областями. Она включает в себя институциональную, эволюционную и пространственную теории, которые определяют сущность и основные принципы новой экономики в рамках данной концепции.

Во всех исследованиях, рассматривающих причины и следствия нового экономического явления можно выявить общее: формирование новой экономики является результатом развития новых знаний и передовых технологий. Новая экономика создает такие условия, в которых становится возможным вести экономическую деятельность со скоростью технологических процессов, без ограничений, без институциональных барьеров осуществляя электронный и номинальный денежный оборот.

Список литературы:

1. Акерман Е.Н. Эволюционная экономическая теория: методология исследования "новой экономики" // Вестник Томского государственного университета / Национальный исследовательский Томский государственный университет (ТГУ), 2013. № 348.190 с.
2. Балашов А.И. Экономическая теория: Учебник. М.: ЮНИТИ, 2015. 527 с.
3. Борисов Е.Ф. Основы экономики : учебник и практикум для СПО. М.: Издательство Юрайт, 2016. 383 с.
4. Вольчик, В.В. Институциональная и эволюционная экономика : учеб. пособие / Южный федеральный университет, В.В. Вольчик .— Ростов н/Д. : Изд-во ЮФУ, 2013. 228 с
5. Институциональная теория и её приложения. Материалы научного семинара, проводимого в ИЭ РАН (выборочные стенограммы докладов 2013-2015 гг.)/ под редакцией О.С.Сухарева - М.: Ленанд, 2017. 204 с.
6. К сущности категории «новая экономика» Дьяченко О.В. Гродский В. С.. Экономическая теория: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. — СПб.: Питер, 2013. 208 с.
7. Новая экономика: понятие, принципы, системный подход Пашкус Н.А., Пашкус В.Ю. // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. 2007. №2. 198 с.
8. Теоретические аспекты «новой экономики» Смирнов А.А., Акимова Е.Н. // Известия Уральского государственного экономического университета. 2008. №3(22). 225 с.
9. Теоретические аспекты функционирования «новой экономики» Акимова Е.Н // Вестник Чувашского университета. 2009. №3. 385 с.

ПРОДВИЖЕНИЕ ИНОСТРАННОГО БРЕНДА В РОССИЙСКОМ РИТЕЙЛЕ

Лисицина Анастасия Олеговна

*магистрант, РГГУ,
РФ, г. Москва*

Зезюлин Валерий Иванович

*канд. экон. наук, доцент, РГГУ,
РФ, г. Москва*

Аннотация. В статье рассмотрен вопрос продвижения иностранного бренда со стороны дистрибьютора. Даны рекомендации относительно поведения и стратегии освоения рынка российского ритейла.

Ключевые слова: брендинг, иностранный бренд, российский ритейл, дистрибьютор, маркетинговые коммуникации.

В современном мире существенным изменением на российском рынке стало появление иностранного ритейла. В данном контексте достаточно распространенным стал сетевой ритейл, который отличается развитием рынка поставщиков услуг и товаров.

Несмотря на то, что на российском рынке торговые сети появились не очень давно, в современной экономике они закрепились и стали привычными.

Сегодня на рынках формируются целые сети, которые подразумевают наличие взаимоотношений хозяйственного типа между их субъектами.

Российский рынок в современных условиях не только отечественные торговые сети, но и иностранные производители.

Чтобы реализовать свою сетевую деятельность иностранные бренды организуют крупные программы по инвестированию.

Российский рынок потребителей, который долгое время не был избалован широким ассортиментом продукции, с завидной активностью встретил иностранные бренды, предлагавшие разнообразие товаров.

Большой ареной для конкурентной борьбы иностранных компаний стала столица России, а также крупные города, где зарубежные производители расположили свои офисы и стали развивать свои сети, преследуя экономические интересы.

В данной статье рассматривается стратегия продвижения иностранных брендов на российский рынок с точки зрения реализации их интересов. Важно отметить, что иностранные производители в данном вопросе больше рассматривали достижение своего собственного благосостояния, а никак не уровень, а никак не уровень дохода населения и его возможности в покупке той или иной продукции.

Российское правительство всячески стремится к постоянному совершенствованию экономики страны и для этого предпринимает различного рода экономические меры, что стимулировать наибольшее количество зарубежных инвестиций в Россию.

Но важно отметить, что есть много разных причин, которые негативным образом влияют на внедрение иностранных брендов на территорию России.

К числу таких причин можно отнести: коррупцию, бюрократию, плохо развитая инфраструктура, отсутствие прозрачного толкования законодательной базы, а также ее применения в данной области, слабая защита прав интеллектуальной собственности.

На российском рынке особенно распространено явление поддельных брендов, в особенности это можно говорить о рынке одежды и косметики, на котором около 40% и 15-30% – контрафакт, соответственно [3, с. 96].

На пути продвижения своего бренда иностранные производители чаще всего сталкиваются с административными барьерами, а также бюрократическими.

Благодаря тому, что на рынке российского ритейла стали появляться иностранные производители, стала развиваться и формироваться сложная структура сбыта продукции/услуг, то есть в практику входят вертикально-интегрированные компании.

При выходе на российский рынок иностранные производители придерживаются одной из двух стратегий:

- материнская компания открывает свое представительство в России;
- независимая российская организация приобретает продукцию материнской компании.

Примечательно, что при выходе на российский рынок иностранные производители очень часто сталкиваются с наличием взяточничества и бюрократии, а также постоянно изменяющимся законодательством.

Ко всему прочему существует ряд специфических факторов, которые усложняют процесс внедрения на российском рынке. К числу таковых относятся: необходимость постоянно контролировать персонал, сложная система бухгалтерии и большие объемы бухгалтерской документации, уголовная и административная ответственность генерального директора, наличие двойных стандартов, наличие факта несоблюдения требований, постоянное стремление со стороны российских партнеров снизить цену, а также сложность вписаться в торговые альянсы России и наличие воровства.

На российском рынке большинство иностранных компаний работают по франшизе или при помощи дистрибьютора. Специфика российского рынка, особенно с ситуации кризисного положения в экономике, приводит к тому, что иностранные производители вынуждены постоянно приспосабливаться к новым условиям рынка. В данном случае возможно развитие одного из двух вариантов: консервативный – снижение расходов и активности на рынке, агрессивная – увеличение доли на рынке с ростом активности.

Таким образом, можно говорить, что процесс продвижения иностранных производителей и их брендов на российском рынке ритейла является достаточно емким, требующим, в первую очередь, существенных инвестиций.

Существенное влияние на развитие формирование рынка российского ритейла с иностранными производителями оказывают отголоски прожитого кризиса, в результате которого наблюдалась нестабильная ситуация из-за различного рода санкций.

Сегодня о полной стабилизации ситуации на рынке говорить нельзя. Наблюдается тенденция ухода потребителей в более низкий сегмент. На данный момент происходит процесс оптимизации рынка, но при этом наблюдается «перетекание» потребителей в более низкий ценовой сегмент, в результате чего, многие производители, как отечественные, так и иностранные вынуждены подстраиваться под своего покупателя или снижать обороты.

Как отголосок мирового финансового кризиса сегодня наблюдается усилившаяся роль крупных международных компаний, а также протекционистских мер некоторых государств.

На современном рынке все больше получают распространение сетевые взаимодействия, которые вытесняют «инвестиционные» модели выхода на рынок. Наличие высокой конкуренции приводит к тому, что крупные мировые производители для избежания рисков вступают в стратегические взаимодействия, тем самым формируя конкурентную среду между сетями.

Бренд оказывает существенное влияние на объемы реализации и уровень прибыли организации, а также многие другие финансовые показатели деятельности организации.

Для рынка российского ритейла стал переломным 2017 г., когда после экономического кризиса остановилось падение розничных продаж, продолжавшееся до этого 27 месяцев подряд. За март 2017 г. наблюдалось сокращение розничной торговли всего на 0,4%, когда в 2016 г. они снизились на 4,6%.

В современных условиях, когда наблюдается постоянно изменяющаяся ситуация, наиболее подходящим и менее рискованным способом выхода на рынок российского ритейла является франчайзинг. Суть франчайзинга состоит в том, что компания с мировым именем, у которой есть свой популярный бренд, а также налаженная система отработанных тех-

нологий, предоставляет другим самостоятельным организациям права пользоваться этими технологиями и брендом (торговой маркой).

Иностраные франшизы, которые представлены на российском рынке, выгодно отличаются на фоне отечественных. Главное отличие состоит в наличии продуманной до деталей системы поддержки франшизы.

На российском рынке франчайзинг развивается достаточно давно: с середины 1990-х, когда первопроходцем был Baskin Robbins. Благодаря этому накопился достаточно большой опыт в выстраивании отношений франчайзера и франчайзи.

Согласно информации Российской ассоциации франчайзинга и Министерства промышленности и торговли РФ на конец 2017 г. почти половина франчайзи (45%) в России работали в сфере ритейла [3, с. 98].

Такая возросшая доля франчайзинга говорит о существенном вкладе представителей розничной торговли в развитие франчайзинга в РФ.

Яркими представителями известных иностранных брендов на российском рынке являются Yves Rocher (косметика и парфюмерия), «METRO», SPAR (продуктовый ритейл), SELA (одежда и обувь), HOFF (товары для дома и мебель), Gipfel (посуда), Bernardo Bellini (товары для дома).

Главная особенность франчайзинга состоит в том, что возможна работа не только по классической схеме, но и в обратном порядке.

Классический франчайзинг подразумевает заключение договора коммерческой концессии и договора поставки, а вот обратный франчайзинг вместо договора поставки заключается агентский договор.

В классическом варианте франчайзинга франчайзи получает 100% выручки, закупает все необходимое за счет собственных средств, выплачивает оговоренное вознаграждение франчайзеру, а в обратном – франчайзи получает только прописанный процент в агентском договоре от выручки, снабжением точки франчайзер занимается самостоятельно.

Для рынка российского ритейла существует отличительная особенность в виде вознаграждения на услуги франчайзера. Такое вознаграждение представляет собой первоначальное внесение взноса, а также периодические платежи [3, с. 99].

Периодические платежи чаще всего – это фиксированный процент от прибыли, с маржи или в виде фиксированной суммы, или закладывается в закупки [3, с. 100].

Но при этом стоит ответить, что отличительная особенность франчайзинга – это отсутствие первоначального взноса. Для этого франчайзеры устанавливают определенный объем закупок в виде фиксированного размера или процентного соотношения: от 25% до 100% [5, с. 203].

При этом работа по классической схеме предполагает по мере развития сети переход с фиксированного размера до процента.

Аналогично можно сказать и о установлении периодических платежей: они в некоторых случаях либо отсутствуют, либо представляют собой символические фиксированные суммы.

Суммы инвестиций во франчайзинг могут изменяться от 150 тыс. руб. до 12 млн. руб. и даже выше. Как правило, в среднем, срок окупаемости таких инвестиций составляет 24-72 месяца [5, с. 204].

Сегодня на рынке современного российского ритейла франчайзинг представляет все больше особый интерес на досочно высоком уровне.

Согласно информации Национальной ассоциации финансовых исследований, около 17% предпринимателей на российском рынке хотели бы вести бизнес по франшизе [5, с. 206].

Российская ассоциация франчайзинга свидетельствует о том, что потенциал российского рынка представляет собой около 400 тысяч франчайзи.

Таким образом, на российском рынке можно отметить ряд следующих тенденций в сфере развития франчайзинга:

- постоянно расширяющийся рынок иностранных брендов в виде франчайзинга на рынке, при этом более слабые уходят с рынка;
- рост доли отечественных ритейлеров, которые осуществляют свою деятельность по договору франчайзинга;
- смягчаются условия поставок, то есть объемы поставок продукции/услуг зависят от объемов реализации;
- суммы первоначальных взносов для входа на рынок бизнеса по осуществлению торговли по франшизе снижаются, то есть на рынке появляется намного больше предложений по сравнению с предыдущими годами;

Когда франчайзи определяется с франчайзером, то его главной задачей становится оценка доли рынка, которую он может завоевать. В данном случае важно оценивать правильно конкурентные позиции, которые занимают уже укоренившиеся производители на рассматриваемом рынке. В такой ситуации важно понимать, что сложившиеся предпочтения потребителей изменить достаточно сложно, и это будет стоить существенных усилий. Здесь на «арену» выходит такое понятие как «бренд», который начинает «управлять» психологическим восприятием людей.

В современном мире получил широкое развитие брендинг, которые и позволяет формировать отношение к бренду. Именно брендинг дает возможность производителю устанавливать эмоциональную связь с потребителями. В данном случае эта эмоциональная связь представляет собой целую систему маркетинговых коммуникаций.

Маркетинговые коммуникации представляют собой целый процесс передачи всей необходимой информации потребителю о бренде [1, с. 231].

Тонкость такой системы маркетинговых коммуникаций состоит в том, что она передает потребителю только необходимые сведения, касающиеся определенных критериев, которые основаны на преимуществах продукции, а также учитывают сложившуюся ситуацию на рынке.

Иными словами, маркетинговые коммуникации напрямую стимулируют сбыт продукции с параллельным решением вопроса ее брендовой позиционирования на рынке.

Определение целевой аудитории необходимо, так как ассортиментный ряд бренда всегда – это не менее 200 позиций, а, следовательно, цены на продукцию варьируются в значительном диапазоне, поэтому необходимо рассчитывать емкость потенциального рынка. С этой целью в процессе анализа рынка весь представленный на нем ассортимент лучше разделить на группы, а затем произвести вычисления по каждой группе в отдельности.

Получаемые в результате вычислений данные позволяют определить, какая из групп товаров больше всего пользуется спросом у потребителей. На основании оценки групп товаров выявляются возможные пути увеличения объемов реализации.

Когда встает задача выявления определения основных конкурентов, то важно определить ситуацию: если речь идет о брендах, которые не представлены на рынке российского ритейла, тогда картина конкурентов формируется на основании анализа потенциальных потребителей, их предпочтений; если же речь заходит о брендах, которые давно существуют на российском рынке, то здесь необходимо всего лишь собрать и проанализировать информацию стратегиях конкурентов с выявлением их особенностей.

После определения основных конкурентов и проведения краткого анализа их стратегий необходимо представить потребителю уникальность продвигаемого бренда.

Уникальные свойства продвигаемого бренда представляют собой главную идею бренда, которая и находится в основе всех используемых производителем инструментов для его продвижения на рынке, эти свойства никак нельзя исказить в процессе маркетинговых коммуникаций с потребителем.

Список литературы:

1. Байлер А. Магия бренда / А. Байлер // Роль рекламы в создании сильных брендов. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2016. – С. 227-249.
2. Годин А.М. Брендинг: Учебное пособие / А.М. Годин, А.А. Дмитриев, И.Б. Бабленков. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. – 364 с.
3. Макашева З.М. Брендинг / З.М. Макашева, М.О. Макашев. – М.: Питер, 2015. – 288 с.
4. Тесакова Н. Бренд и торговая марка: Развод по-русски / Н. Тесакова, В. Тесаков. – СПб.: Питер, 2014. – 267 с.
5. Шарков Ф.И. Имидж фирмы. Технологии управления / Ф.И. Шарков. – М.: Академический проект, 2015. – 272 с.

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПЛАНИРОВАНИЯ СЕМЕЙНОГО БЮДЖЕТА

Москова Аделина Егоровна

*студент, Казанский национальный исследовательский
технический университет имени А. Н. Туполева,
РФ, г. Казань*

Аникина Анастасия Сергеевна

*студент, Казанский национальный исследовательский
технический университет имени А. Н. Туполева,
РФ, г. Казань*

Аннотация. В данной статье рассматривается работа автоматизированной системы планирования семейного бюджета.

Данная автоматизированная система даст возможность спланировать общесемейный бюджет, быстро и без чьей-либо помощи рассчитать доходы и расходы.

В современном информационном обществе весьма трудно представить свою жизнь без компьютеров и информационных технологий.

Информационные технологии внедряют во все без исключения области человеческой деятельности.

Обширное использование в информационном мире получили автоматизированные системы.

Автоматизированные системы – это совокупность управляемого объекта и автоматических управляющих устройств, в которой часть функций управления выполняет человек.

Система обеспечивает выработку решений на основе автоматизации информационных процессов в различных сферах деятельности.

Подобные системы могут помочь людям обработать данные, изучить их и в дальнейшем сделать определенные выводы.

Система работает быстро и не потребует много времени на обработку данных, а кроме того, даст возможность вносить поправки и менять данные в режиме реального времени.

Если ранее абсолютно все вычисления приходилось выполнять вручную и при любом изменении данных необходимо было вновь делать перерасчеты, то сейчас, все действия можно выполнить быстро и с минимальными усилиями, благодаря автоматизированной системе, что позволяет совершать меньше ошибок и экономить время.

Также из преимуществ данной системы является то, что она позволяет использовать данные для дальнейшего их применения, к примеру, для построения диаграмм, графиков и иных действий с ними [4-6].

Автоматизированная система упрощает жизнь человека во всех сферах, начиная с масштабных проектов, таких как производство самолетов или кораблей, управление производством и жизненным циклом изделий, банковской сферой, заканчивая домашними делами, например, планирование семейного бюджета [1].

Семейный бюджет – это планирование расходов всей семьи на основе общих доходов.

Как правило, семейный бюджет составляется на один месяц вперед и может иметь как обязательные траты, так и необязательные (сезонные покупки, траты, приуроченные к какому-то определенным праздникам и так далее) [3].

Семейный бюджет поможет вам увидеть, куда вы движетесь – достаточно ли вам просто того, чтобы отсутствовали долги, и хватало на приличную жизнь, или вы намерены создать внушительный семейный капитал, который будет обеспечивать вас и ваших близких долгие годы [2].

Созданная нами автоматизированная система служит для сбора данных семьи, а именно, ее финансовой части, она поможет вычислить доходы и расходы.

Ведя статистику, семья может сократить свои расходы или распланировать их на будущее.

Например, вычислить срок (неделя, месяц, год) накопления определенной суммы на покупку какого-либо дорогостоящего товара.

Чтобы сократить время подсчета и упростить все действия человека до минимума и была создана наша автоматизированная система планирования семейного бюджета в MS Excel.

Доход - это деньги или материальные ценности, получаемые от предприятия, отдельного лица или какого-либо рода деятельности.

Расход - это затраты, издержки, потребление чего-либо для определенных целей.

Расходы в семейном бюджете могут быть различными и их желательно подробно расписать.

При составлении таблицы, сразу впишите все расходы, при этом можно их разделить на подвиды.

Обычно, в семье ежемесячные расходы относительно одинаковы.

Поэтому Вам нужно будет только менять некоторые цифры в таблице каждый месяц, а постоянные расходы могут не изменяться.

При заполнении таблицы при помощи программы Эксель, в строках «Итого» можно установить автоматический подсчет суммы.

Это поможет сэкономить время при подсчетах.

Предложенная таблица может изменяться, так, как Вам будет угодно.

Ее можно отредактировать именно под Ваши потребности.

Составление таблицы не отнимет у Вас много времени и не составит определенной сложности.

А положительный эффект от ее формирования Вы увидите после первого месяца.

Если будете следовать своему плану, то сможете существенно сэкономить финансовые средства, которые будут направлены на повышение Вашего благосостояния.

Это можно достигнуть путем постоянного контроля расходов и учета финансовых средств.

В любом случае, у Вас теперь будет представление о том, как управлять семейным бюджетом, чтобы иметь возможность сократить расходы и обрести финансовую стабильность.

А когда, Вы получите сэкономленные таким образом деньги, у Вас появится дополнительная мотивация сформировать таблицу семейного бюджета и в последующее время.

Список литературы:

1. Будинайте Г.Л., Варга А.Я. Теоретические основы системной семейной психотерапии // Журнал практической психологии и психоанализа. 2005. № 4. С.34-41
2. Гарифуллин Р.Ф., Николаенко Ю.В. Алгоритм технического перевооружения на основе методов планирования инноваций // Вестник экономики, права и социологии. 2012. № 2. С. 22-27.
3. Телишев А.М., Гарифуллин Р.Ф., Зиляева О.Е. Разработка рекомендаций по совершенствованию информационной среды промышленного предприятия // Вестник Казанского государственного технического университета им. А.Н. Туполева. 2016. Т. 72. № 3. С. 74-77.
4. Фаттахов Х.И., Нефедова Ю.В., Гарифуллин Р.Ф. Системы управления организационными структурами в цифровой экономике // Вестник Казанского государственного технического университета им. А.Н. Туполева. 2017. Т. 73. № 4. С. 119-123.
5. Элефтеров Д.П. История исследования бюджетов домашних хозяйств // Вопросы статистики. 2012. № 6. С.113-119.
6. Новый экономический словарь / Под редакцией А. Н. Азрилияна. — М.: Институт новой экономики, 2013. С.800-809.

УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЯМИ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Мосолова Валерия Андреевна

студент, КУБГАУ,

РФ, Краснодар

Аннотация. В настоящее время в условиях ограниченности собственных финансовых ресурсов к наиболее актуальным проблемам регионального развития относится проблема создания благоприятного инвестиционного климата и активизации инвестиционной деятельности в регионах. Актуальность данной статьи заключается в том, что на сегодняшний день инвестиционная деятельность – это одна из основ успешного развития региона, каждый регион должен прилагать большие усилия для повышения конкурентоспособности производства продукции, либо услуг. В данной статье рассмотрено экономическое развитие Краснодарского края, инвестиционный климат региона, рассмотрены меры поддержки по управлению инвестициями Краснодарского края.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционный климат, управление инвестициями.

Краснодарский край на сегодняшний день входит в число самых развивающихся городов России. Край занимает 3-е место среди регионов России по численности населения. Численность населения Краснодарского края на 1 января 2018 года составила 5603,4 тыс. чел. [4]

В условиях рыночных отношений создается реальная ситуация конкурентной борьбы. Каждый регион, для того, чтобы выжить, должно быть конкурентоспособным.

Инвестиционный климат –общая характеристика экономических, социальных, политических, организационных и правовых предпосылок, которые определяют благоприятные и неблагоприятные условия для инвестиционной деятельности в определенных отраслях экономики.[3, с.58]

Инвестиции в основной капитал по итогам 2017 года составил 484,1 млрд рублей, что на 6,1% больше, чем годом ранее (рис. 1)

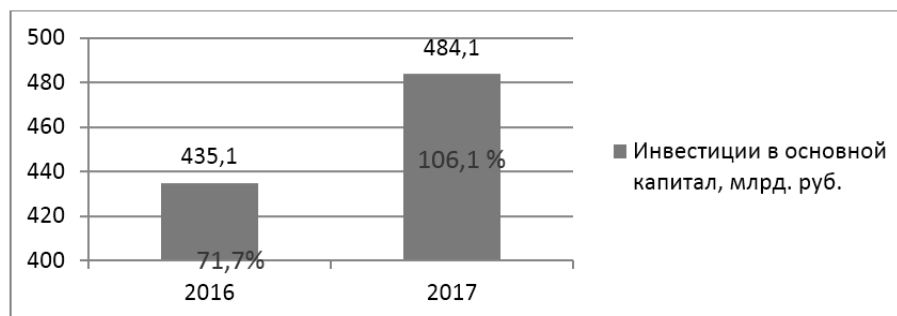


Рисунок 1. Динамика инвестиций в основной капитал в 2016-2017 гг., млрд. руб.[4]

Основными инвестиционными направлениями в 2017 году стали: сфера транспортировки и хранения, инвесторы вложили в развитие данной сферы около 133 млрд. руб. В отрасль обрабатывающего производства было вложено 63,7 млрд. рублей, в развитие сельского хозяйства 27,5 млрд. руб. (рис. 2).

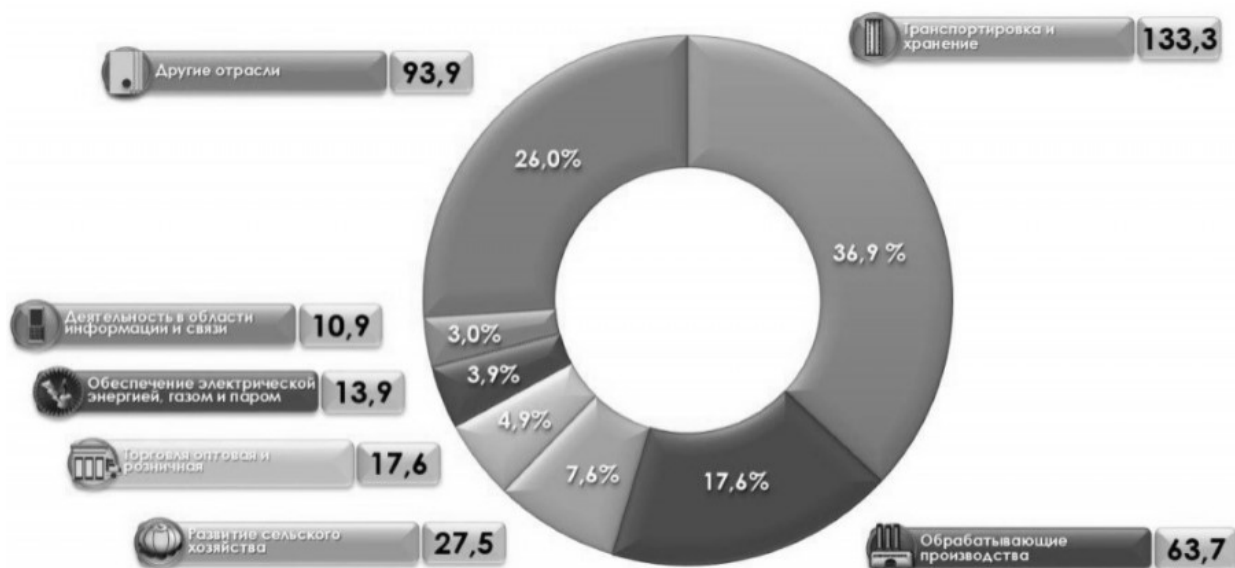


Рисунок 2. Распределение инвестиций в основной капитал края по видам экономической деятельности, млрд. руб. [4]

Всего в 2017 году завершена реализация 94 крупных инвестиционных проектов, стоимостью выше 100 млн. рублей (рис. 3) Общая сумма инвестиционных проектов реализуемых в 2017 году - 104,4 млрд. рублей.

В результате реализации инвестиционных проектов было создано более 3,1 тыс. новых рабочих мест, повысился инвестиционный климат региона.

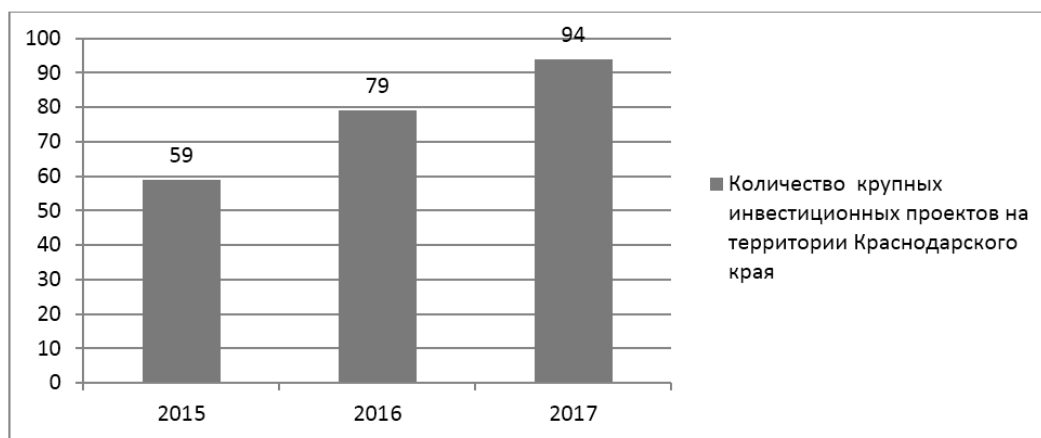


Рисунок 3. Количество крупных инвестиционных проектов, стоимостью выше 100 млн. [4]

Управлением инвестиций и инвестиционными проектами в Краснодарском крае занимается Департамент инвестиций Краснодарского края. Основная задача Департамента состоит в реализации инвестиционной политики региона.

В регионе была создана законодательная база для инвесторов, действуют налоговые льготы и механизмы содействия иностранным инвесторам.

Для поддержания инвестиционной привлекательности в регионе были созданы законы «О государственном стимулировании инвестиционной деятельности в Краснодарском крае», «О государственной поддержке лизинговой деятельности в Краснодарском крае», «Об инвестиционном налоговом кредите».

Данное законодательство способствует повышению инвестиционной привлекательности региона, создаются благоприятные условия для инвесторов желающих вложить денеж-

ные ресурсы в развитие отраслей экономики региона. В перспективе до 2020 года планируется работа по системному продвижению инвестиционных проектов Краснодарского края и реализации совершенствования механизмов государственно-частного предпринимательства. [5]

Планируется создание Инвестиционного Фонда в Краснодарском крае. Основной целью использования средств инвестиционного фонда станет поддержка наиболее значимых инвестиционных проектов для развития края, путем создания транспортной инфраструктуры, энергетической, инженерной инфраструктуры, без которых реализация инвестиционных проектов может быть не осуществлена. [5]

Исполнительные органы государственной власти Краснодарского края рассматривают мероприятия по улучшению инвестиционного климата в регионе, реализуют мероприятия по привлечению инвестиций в основной капитал региона.

Таким образом, можно сказать, что в регионе действует эффективная система управлением инвестициями, на это указывает рост реализованных инвестиционных проектов, рост инвестиций в основной капитал, лидирующее положение Краснодарского края в Южном Федеральном округе и среди регионов России.

Список литературы:

1. Бокарева Л. Цели и риски реформы управления государственными финансами РФ // Общество и экономика. – 2016. – № 12. – С. 46–64.
2. В.Е. Леонтьев, А.Ю. Баранова Принципы и инструменты финансирования инноваций в Российской Федерации. Изд-во ИНФРА-М, 2015 Научное исследование
3. Васильев В. К каждому свой подход // Известия. – 2016. – № 206. – С. 6.
4. Грищенко А.И. Инновации – определение, классификации, стадии // Вестник Брянского государственного университета. – 2014. - №3. – С. 182
5. Краснодарстат [Электронный ресурс] – Режим доступа: krsdstat.gks.ru
6. Инвестиционная Стратегия Краснодарского края до 2020 гг. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://investkuban.ru/ru/>

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РС(Я)

Петрова Евдокия Ивановна

*магистрант Северо-восточного федерального университета им. М.К. Аммосова,
РФ, г. Якутск*

В современном мире, в условиях всеобщей глобализации, становятся актуальными вопросы цифровизации сельского хозяйства, поскольку последняя не относится к самым инновационным отраслям, в частности в Республике Саха (Якутия) и в целом по всей России. Внедрение современных технологий и интернета в сельское хозяйство очень слабое, а учитывая то, что она одна из важнейших отраслей, обеспечивающая население страны жизненно необходимым продовольствием и сырьем, необходимо предложить пути ее оптимизации. Тем самым можно говорить о том, что инновационное сельское хозяйство свидетельствует о процветании страны, о ее развитой политике и ее конкурентоспособности.

Цифровизация сельского хозяйства подразумевает под собой использование и внедрение современных информационно-коммуникационных технологий, вследствие чего привычные, консервативные способы их экономической деятельности неизбежно ускорятся, трансформируются и оптимизируются. Тем самым эффективное и структурированное использование цифровых технологий в сельском хозяйстве приведет к переходу на новый уровень развития.

Цель данной работы - предложить создание электронно-торговой площадки (ЭТП) с мобильным приложением для реализации сельскохозяйственной продукции в РС (Я) как один из потенциальных вариантов цифровизации.

Республика Саха (Якутия) является одной из крупнейших регионов Севера России в плане территории и экономики. Ее площадь равна 3 083, 5 тыс кв. км, 8% из которой (24631, 1 тыс. га) занимают землепользователи, занимающиеся сельхозпроизводством. По этой причине, а именно по специфике существования и развитию сельского хозяйства, республика по праву относится к сельскохозяйственным регионам.

Согласно официальной статистике, в 2018 году около 35% населения всей республики проживает в сельской местности, всего занято в сельском хозяйстве 27, 4 тыс. человек, что составляет 5,6% от всей численности занятых в экономике. Все эти люди безусловно имеет тесную, неразрывную связь со своим селом и ведением его хозяйства.

Аграрный сектор Республики Саха (Якутия) состоит из разнообразных хозяйствующих субъектов: 275 родовых общин, 374 сельскохозяйственных организаций, свыше 4,3 тысяч индивидуальных предпринимателей (ИП) и крестьянско-фермерских хозяйств, а также более 87 тысяч личных подсобных хозяйств. Все они вместе обеспечивают население республики жизненно необходимым продовольствием и сырьем, тем самым обеспечивают жизнь сельского населения. [1, С. 2-4]

Для наглядности структуры продукции сельского хозяйства по отдельным категориям хозяйств обратимся к официальной статистике. [2]

Таблица 1.

Структура продукции сельского хозяйства по категориям хозяйств

	Структура продукции сельского хозяйства в фактически действовавших ценах	в процентах итогу		
		сельскохозяйственные предприятия (включая родовые общины и подсобные хозяйства несельскохозяйственных организаций)	хозяйства населения	крестьянские (фермерские) хозяйства (включая ИП)
2013	100	25,5	49,1	25,4
2014	100	26,7	47,7	25,7
2015	100	28,2	46,8	25,0
2016	100	29,3	45,2	25,5
2017	100	27,4	46,4	26,2

Из данной таблицы мы видим, что наибольшее количество продукции в процентном соотношении приходится на хозяйства населения, далее сельскохозяйственные предприятия, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели.

Таблица 2.

**Продукция сельского хозяйства всех категорий хозяйствующих субъектов
(миллионов рублей)**

	2013	2014	2015	2016	2017
Продукция сельского хозяйства в том числе:	20867,3	21847,3	22438,8	23244,6	25067,0
Растениеводства	6808,6	7398,8	7087,0	7608,3	8451,0
Животноводства	14058,7	14448,5	15351,8	15636,3	16616,0

Отсюда мы видим каковы масштабы производства сельскохозяйственной продукции всех категорий хозяйствующих субъектов аграрного комплекса республики и считаем, что необходимы новые пути для оптимизации ее каналов реализации собственной продукции.

Нами был разработан проект, в рамках которой подразумевается создание универсальной электронно-торговой площадки для продажи и покупки сельскохозяйственной продукции в Республике Саха (Якутия). Площадка является посредником между производителями продуктов: всеми категориями хозяйствующих субъектов, которые производят сельскохозяйственную продукцию с одной стороны и торговых точек для реализации и сбыта предоставляемой продукции с другой. Посредством площадки обе стороны будут иметь доступ к обзору всего рынка *on – line* и иметь доступ быстрого выхода друг на друга.

Площадка рассчитана на малый и средний бизнес, поэтому процедура закупок простая: нет никаких формальностей по ЭЦП, обеспечению заказов, срокам проведения закупки, отчетности и подписания документов. Базовый функционал – бесплатно для всех участников.

Потенциальный экономический эффект от внедрения этого проекта мы видим в следующем:

1. Во-первых, увеличится объем потребления сельскохозяйственной продукции в Республике Саха (Якутия), за счет использования интернета как мощного инструмента привлечения все новых и новых потребителей и вследствие покупателей. Все это поведет за собой повышение маржинальности сельскохозяйственного бизнеса;

2. Расширится спектр предоставляемых в электронном виде услуг, можно будет отследить весь путь продукта от сырья до прилавка (или до онлайн-покупателя), иными словами, пойдет прозрачный процесс закупки;

3. За счет того, что пойдет прямое общение с потенциальными клиентами и конкуренция между поставщиками, то повысится качество, товарный вид и безопасность продукции в разы;

4. Все категории хозяйствующих субъектов, имея доступ к площадке, будет обладать разным набором каналов, через которые он сможет реализовать и сбыть свою продукцию (начиная от физических лиц до больших корпораций);

5. Снизится наценка посредников;

6. Будут возможны прямые поставки от производителя конечному потребителю без посредников и без огромной наценки;

7. Потребители будут иметь возможность проверить поставщика на надежность;

8. Внедрение ЭТП сделает свой огромный вклад для продвижения сельскохозяйственной продукции на российский и международный рынки.

Цифровизация сельского хозяйства не произойдет мгновенно. Это будет долгий процесс, который в ходе своего внедрения будет претерпевать некоторые существенные изменения в рамках закона, но ее актуальность на уровне всех категорий хозяйствующих субъектов делает ее необходимой для развития всего аграрного комплекса.

В рамках данной работы мы предложили только один из возможных путей оптимизации сельского хозяйства, но уже в ходе ее создания ощутили насколько важна и необходима цифровизация. И хочется надеяться, что в ближайшем будущем многие хозяйствующие субъекты тоже сумеют использовать потенциал цифровизации для достижения поставленных целей.

Список литературы:

1. Государственная программа Республики Саха (Якутия) «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2012-2016 годы»: [Электронный ресурс]. URL: http://old.sakha.gov.ru/sites/default/files/doc/2013_05/169/934%20%28П%29.pdf (дата обращения: 18.11.2018)
2. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Саха (Якутия): [Электронный ресурс]. URL: http://sakha.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/sakha/ru/statistics/enterprises/agriculture/ (дата обращения: 17.11.2018)

ГЛОБАЛЬНЫЕ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ: МЕСТО И РОЛЬ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ

Ревяка Ксения Сергеевна

*магистрант Донского государственного технического университета
РФ, г. Ростов-на-Дону*

Глобальная сеть Интернет является ключевым звеном между туристическими учреждениями, партнерами и клиентами в совместном использовании информации. Туристические предприятия, работающие на международных рынках, используют современные информационные технологии: глобальные распределительные сети, системы бронирования и резервирования, электронные информационные системы, информационные системы менеджмента, мобильные сети связи и услуги Интернета. Среди клиентов услуг бронирования через глобальные распределительные системы наибольшую популярность имеют авиабилеты - их бронирование входит в тройку самых популярных покупок через глобальную сеть; гостиницы; аренда автомобилей и туры. В последнее время клиенты имеют возможность самостоятельно сформировать тур по своему вкусу напрямую через Интернет: выбрать время, гостиница, способ проезда, вариант питания и дополнительные услуги [1, с. 259].

Остановимся более подробно на количественных и качественных аспектах глобальных распределительных сетей.

Полнофункциональная или глобальная распределительная система (GIS - Global Distribution System) - это автоматизированная система, обеспечивающая не только отображение информации о расписании рейсов, наличии мест и тарифы авиаперевозчиков, а также отображение информации о расписании, ресурсы мест и тарифы других перевозчиков. Система осуществляет отображение информации о других нетранспортных ресурсах и тарифах; взаимодействует с инвенторными системами резервирования авиаперевозчиков и другими системами. Последние - это подсистемы (провайдеры), обеспечивающие сохранение и отображение транспортных и нетранспортных ресурсов и, с помощью такого взаимодействия, предоставляют возможность бронирования авиатранспортных, других транспортных и нетранспортных услуг для агентов - абонентов системы, предоставляя возможность автоматизированного оформления перевозочных и неперевожных документов [4, с. 146].

Крупнейшими мировыми распределительными системами является Amadeus, Worldspan, Galileo и Sabre. Они обслуживают десятки тысяч агентов по всему миру и предоставляют им возможность доступа к ресурсам авиакомпаний практически во всех направлениях авиаперевозок. Учредители Amadeus: Air France, Lufthansa, Iberia. Инвенторную систему имеют тенденцию к локализации, к созданию инвентарной системы одной авиакомпании. Дистрибутивные (агентские) системы, наоборот, движутся по пути укрупнения, привлекая все большее количество агентов [7, с. 57].

Популярными направлениями для бронирования услуг через глобальные распределительные системы выступают [5, с. 223]:

- авиабилеты. Их бронирование входит в тройку самых популярных покупок через глобальную сеть. При бронировании авиабилетов посетитель сайта вводит начальный и конечный пункт авиаперелета и его дату, в результате получает информацию обо всех авиарейсах, соответствующих заданному описанию. Учитывая эту информацию, посетитель сайта принимает решение о бронировании;

- отели. При бронировании номера в любой системе посетителю предоставляется описание отеля и тарифы на услуги. Следующим этапом является форма бронирования номера гостиницы;

- автомобили. Один из популярных видов бронирований через Интернет, которое в России развито недостаточно хорошо

- туры. Получили широкое распространение как туристическая услуга, которую можно забронировать через сеть.

Система Amadeus основана в 1987 г. Штаб-квартира компании находится в Мадриде (Испания). Главный процессинговый центр в Эрдинге (Германия) является одним из крупнейших в мире центров баз данных гражданского назначения, специализирующихся на туризме. Ежедневно в Центре осуществляется более 480 млн. Транзакций и обрабатывается более 3 млн. бронирований. Компания имеет 5 региональных центров по всему миру. Персонал компании насчитывает более 8,9 тыс. работников [8].

Направления работы компании Amadeus: авиакомпании; туристические агентства; аренда автомобилей; гостиницы; страховые компании; железнодорожные компании; компании наземного обслуживания; аэропорты.

Глобальная распределительная система Sabre создана в 1960 г.. Компанией American Airlines. Sabre связанные более 55 000 туристических агентств, 400 авиакомпаний, 86 000 гостиниц, 25 компаний по прокату автомобилей, 12 круизных компаний - все типы поставщиков туристических услуг в мире [9].

Распределительная система Travelport работает под именами Travelport Apollo, Travelport Galileo и Travelport Worldspan. Штаб-квартира Travelport расположена в Лэнгли (Великобритания). Компания представлена в более чем 170 странах около 3400 сотрудниками. Travelport состоит из торговой платформы, с помощью которой система осуществляет связь туристических провайдеров, покупателей туристических услуг и технических сервисов, через которые компания предоставляет ИТ-услуги авиакомпаниям [10].

Среди основных глобальных распределительных систем наибольшей является компания Amadeus. Ее прибыль в 2016 составила 4270000000. Долл., что на 26% превышает доход компании Sabre и на 51% больше по сравнению с Travelport. [8].

Анализ информации по долям рынка глобальных распределительных систем по объему осуществленных бронирований авиабилетов в 2016 показал, что 39% рынка занимает компания Amadeus. Несмотря на то, что по показателю дохода компаний система Sabre значительно отстает от лидера, объем осуществленных бронирований авиабилетов не на много меньше показателя компании Amadeus. Такая разница в тенденциях связана с тем, что Sabre предоставляет большой объем услуг, но это дешевые предложения, чем те, которые поступают от Amadeus или Travelport. То есть, Sabre, используя ценовую политику как средство экономической конкуренции на монопольном рынке, обслуживает больший сегмент пользователей услуг. Конкурентная борьба между субъектами рынка направлена на завоевание новых сегментов рынка.

По региональной расстановке наблюдаем, что на территории Северной и Латинской Америки наибольшая доля рынка принадлежит компании Sabre, 55% и 57% соответственно. В странах Европы, Африки и Ближнего Востока 63% туристического рынка принадлежит Amadeus.

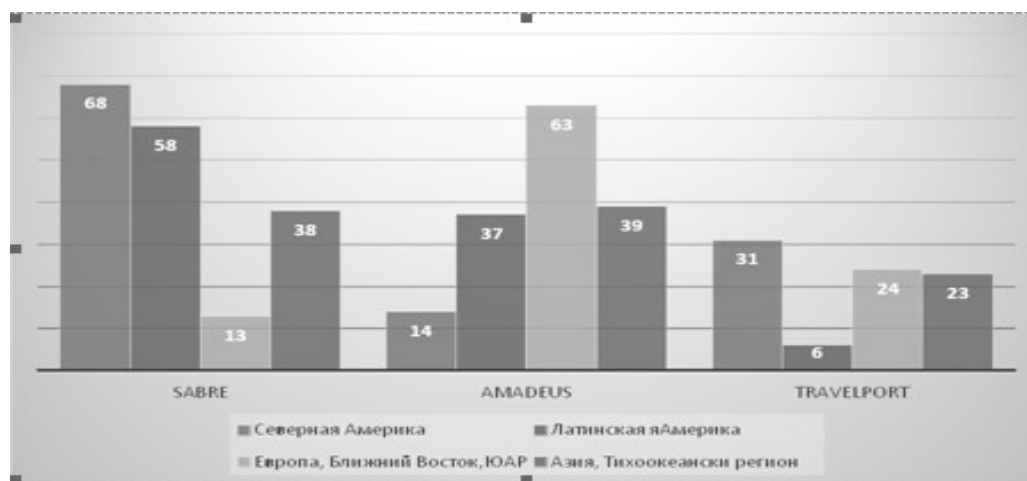


Рисунок 1. Доли рынка глобальных распределительных систем по регионам в 2016 году [6, с. 67]

Популярными системами бронирования являются также Trust, SRS, Utell, Start Trust - это распределительные системы, в режиме реального времени могут сообщать и переориентировать данные о резервировании и другую информацию между отелями, центрами резервирования, туристическими агентами, авиакомпаниями и другими составляющими мировой туристической инфраструктуры. Некоторые из них, в частности Utell, содержат программы по подготовке кадров для гостиниц и дополнительные программные приложения, которые дают возможность агентам получать полную предоплату за размещение клиента, а отелям выплачивать туристическим агентам комиссионные электронным путем [3, с. 400].

Глобализация туристического рынка создает предпосылки для усиления экономических взаимосвязей между странами, рост встречных потоков туристов, товаров, услуг, капитала и ноу-хау, постоянно увеличиваются.

Основной характеристикой глобализации в рассматриваемой сфере является формирование глобально функционирующего процесса предоставления туристических услуг, сердцевинной которого является сформированы интернационализированы глобальные распределительные системы, выступают своеобразным локомотивом мировой туристической индустрии. Глобальные распределительные системы фактически образуют сеть, в которой формируется мировой доход от туристического бизнеса, перераспределение которого является главным стратегическим ориентиром и основой внешней политики любого государства.

Список литературы:

1. Воскресенский В.Ю. Международный туризм : учебное пособие / В.Ю. Воскресенский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 462 с.
2. Денисов Д.П. Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции / Д.П. Денисов. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 112 с.
3. Уокер Д. Введение в гостеприимство : учебное пособие / Д. Уокер ; ред. Л.В. Речицкая, Г.А. Клебче ; пер. В.Н. Егоров. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 735 с.
4. Ицаков Е.Д. Традиции не отменяют новаций: стоит ли туроператорам опасаться онлайн-систем бронирования? // Рос. Предпринимательство – 2016 - № 2 (224). - С. 145-149.
5. Китаева К.А. Технологии электронного бронирования // Вестн. Воронежского ин-та высоких технологий – 2017 - № 3 – С. 222-228.
6. Крюков В.Ю. Тенденции развития рынка интернет-бронирования гостиничных услуг в России // Вестн. Рос. междунар. акад. туризма - 2017 - № 4. - С. 66-71.
7. Пахомов Е.В. Глобальные распределительные системы в индустрии социально-культурного сервиса и туризма//Вестник туризма – 2016 - № 1 – С. 56-59.
8. Amadeus : официальный сайт. URL: http://www.amadeus.co/web/amadeus/ru_UAUA/amadeus/1259079048963-AMAD_HomePpal//(дата обращения: 10.11.2018). URL: Page-
9. Sabre: официальный сайт. URL: <https://www.sabre.com/>(дата обращения: 02.11.2018)
10. Travelport: официальный сайт. URL: <https://www.travelport.com/>(дата обращения: 10.11.2018).

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

Сенина Ольга Алексеевна

*магистрант, Российского государственного университета,
РФ, г. Москва*

Аннотация. В статье рассматривается сущность потребительского поведения, а также факторы, его определяющие. Представлены типологии потребителей по разным авторским основаниям. Описана маркетинговая модель поведения потребителей, обосновано, что для проведения грамотной стратегии привлечения потребителей необходимо исследование механизмов их поведения и возможностей использования этих механизмов.

Ключевые слова: теория потребительского поведения, рынок, культура, статус, компоненты потребительского поведения, методы исследования поведения потребителей, мотивация потребителей.

В современном обществе под поведением потребителей понимают область знаний, изучающую процесс принятия решений потребителями, и факторы, его определяющие.

Сегодня, благодаря воцарившейся на рынке конкуренции, у производителей возникает интерес к исследованию механизмов поведения потребителей и к возможностям использования этих механизмов для достижения целей.

В настоящее время потребители при выборе товаров и услуг руководствуются не только собственными желаниями, но и подвергаются влиянию социума, особенно это заметно в таком институте, как семья.

Но не только семья сегодня навязывает свои предпочтения субъекту, но также и культурные факторы, разного рода сообщества, субкультуры и иные общности, способные воздействовать на деятельность потребителя.

Тем не менее, несмотря на кажущуюся со стороны беспомощность потребителя, он обладает своим определенным набором товаров, которые предпочтет потреблять в первую очередь и которые он был бы не прочь приобрести в обозримом будущем.

Ведь как бы на него ни давили внешние раздражители в лице других людей, организаций и каких-то сообществ, им будет очень трудно погасить стремление человека к потреблению определенного рода благ, которые выполняют ключевую роль для индивида.

Анализ мотивации потребителей приобретает растущую значимость для современного бизнеса.

Компании пытаются найти пути повышения эффективности собственной деятельности, используя знания о потребителях.

Проблема мотивации потребительского поведения является актуальной на сегодняшний день, так как с развитием экономики России увеличивается конкуренция компаний между собой за право обслужить того или иного покупателя. Для этого компаниям необходимо выстраивать коммуникацию с потребителем таким образом, чтобы на основе его потребностей, было возможным привлечь внимание к своей торговой марке, продать товар и получить с него прибыль.

Вопросы о мотивации потребителей при покупке товаров изучаются в маркетинговых исследованиях уже давно. Чаще всего они направлены на то, чтобы выяснить, какие факторы влияют на мотивацию потребителей при выборе того или иного товара.

Не вдаваясь в данной статье в подробный анализ рассматриваемого понятия, отметим, что я согласна с мнением Н.М. Воловской, которая указывает, что формирование внутренних побудительных сил представляет суть процесса мотивации [4, с. 84].

На предварительном этапе разработки модели маркетингового исследования и программы его проведения [3] необходимо изучить опыт проведения исследований по данной теме. Анализ данных проведенных исследований, позволит выяснить структуру маркетинго-

вых исследований, особенности поведения потребителей при выборе товара, факторы влияют на мотивацию потребителей при покупке различного рода товаров.

В связи с этим рассмотрим некоторые результаты проводимых исследований.

Так, целью исследования, проведенного Малок С.А. являлось изучение мотивов потребителей и факторов, оказывающих наибольшее влияние при выборе хлебобулочных изделий среди жителей г. Николаева и Николаевской области [7]. В результате исследования, был сделан вывод, что в сложившейся на рынке ситуации, основными мотивирующими факторами являются: уровень потребительских свойств, внешний вид и аромат, а также цена потребляемой продукции.

Маркетинговое исследование мотивации потребителей чайной продукции г. Хабаровска проводилось Хабаровской государственной академией экономики и права в 2008 году [6]. Результаты анализа позволили выявить мотивы потребления в гендерном аспекте.

Изученные исследования открыли дальнейшие перспективы изучения мотивации, которые могут быть учтены в данном исследовании, целью которого является изучение мотивации потребительского поведения, определение факторов, влияющих на мотивацию потребителей.

В соответствии с поставленной целью были разработаны следующие задачи: определение структуры мотивов поведения потребителей, выявление факторов мотивации потребителей торговой марки, выявление проблем и разработка рекомендаций по совершенствованию мотивации потребительского поведения.

Исходя из предлагаемых в научной литературе требований [5], теоретическая модель исследования включает такие переменные и теоретические понятия как: потребности, интересы, ценности, мотивы поведения, факторы мотивации потребителя (эстетические, социально - демографические, экономические, личностные, ситуационные и внешние), а также проблемы мотивации потребительского поведения и рекомендации по их совершенствованию.

В эмпирическую модель исследования включены следующие операциональные понятия: представления о ценностях и потребностях потребителя; представления факторах, влияющих на выбор потребителя, таких как ассортимент представленного товара, его внешний вид, пол и возраст потребителя, его предпочтения, личные предпочтения потребителя и отношение к стоимости товара.

Спад экономики начавшийся в 2014 году является самым продолжительным за всю новейшую историю России. Неблагоприятные экономические явления спровоцировали массовые реакции, порой носившие панический характер.

Вопросы психологии потребительского поведения в целом хорошо исследованы. Предметом настоящей работы является анализ проведенных маркетинговых исследований с точки зрения изменения психологических установок и реакций. Вызванные кризисом психологические реакции влияют не только на коммерческие отношения, но и на общество в целом.

Многочисленные исследования выявили, что кризис спровоцировал глубинное изменение стратегии потребления [10]. Во многом на результаты опросов повлияла специфика выбранных респондентов - это жители крупных городов. Систематизируем выявленные типы потребительских реакций.

Более трети всех потребителей сократили свои расходы за счет уменьшения расходов на еду.

Для рассматриваемой группы характерен переход на бренды низкой ценовой категории, сокращение объемов и частоты покупок, переход на более низкую категорию магазинов и дискаунтеры, а так же применение прочих методов жесткой экономии.

Для таких людей характерно усиление негативных эмоций при посещении магазина. Люди этой категории экономически больше всего пострадали от кризиса и теперь подорожавшие продукты оставили основную статью расходов. Невозможность обеспечения базовых потребностей вызывает развитие негативных психологических состояний.

Десять процентов граждан отреагировали на ухудшение экономической ситуации без резкой смены состава продуктовой корзины. Данная группа с удовольствием пользуется акциями, скидками.

Некоторые люди стараются готовить дома. Для представителей анализируемой группы экономически - неблагоприятная ситуация представляется как вызов. Люди стараются приспособиться, постоянно находятся в процессе поиска новых источников экономии. Их деятельность нередко приобретает несколько игровой характер.

Четверть граждан ведет себя нерационально. Представители именно этой категории запомнились лихорадочной скупкой крупной бытовой техники в инвестиционных целях. Эта категория склонна к перестраховке и легко поддается манипуляции. Склонность к импульсивным действиям не редко приводит к тому, что эти люди действуют себе во вред.

Поведение 39 % граждан кризис практически не изменил. Стабильно высокий уровень доходов и достаточный объем сбережений позволил этим людям не испытывать тревоги за свое будущее [9]. Хотя они заметили рост цены потребительской корзины, в целом они не изменили своим привычкам. Хотя половина таких потребителей все же относят себя к пострадавшим, не столько от кризиса, сколько от продовольственного эмбарго.

Таким образом, больше половины потребителей было вынуждено изменить свои привычки. Сложившаяся ситуация ведет к появлению различных негативных психологических состояний.

Невозможность обеспечить привычный образ жизни в ряде случаев ведет к состоянию депривации, которое в свою очередь приводит к фрустрации. Фрустрация может возникать как следствии депривации, так и самостоятельно.

Состояние фрустрации характеризуется целым комплексом эмоциональных процессов, таких как раздражение, тревога, а в ряде случаев даже отчаяние. Именно этим может объясняться выявленное исследователями усиление негативных эмоций при посещении объектов торговли. Следует отметить, что описанный механизм проявляет патогенные свойства только когда происходит превышение индивидуального порога интенсивности. В то же время, значимость для человека материальной защищенности усиливает эмоциональную реакцию на обстоятельства.

Негативный потенциал перечисленных психологических ситуаций очень велик. Все подобные состояния приводят к повышению агрессии, конфликтности, снижению самооценки и апатию. При продолжительной психотравмирующей ситуации возможно развитие депрессии и неврозов. Помимо психических нарушений развиваются психосоматических заболеваний, поражающих все гладкомышечные органы, имеющие парасимпатическую иннервацию [11].

Разорвать цепь депривация - фрустрация - агрессия можно с помощью провоцирования активации механизмов защиты [10]. Реальная или мнимая угроза войны, а так же занятия спортом или тяжелым трудом высокой интенсивности временно снимает состояние депривации и продуцирования агрессии, включая общепопуляционные механизмы выживания. Однако, полностью устранить действие депривации - фрустрации - агрессии можно только при гармонизации жизненных установок и положения индивида в обществе.

Сегодня теория потребительского поведения сделала шаг вперед, и большое внимание стало уделяться маркетинговым исследованиям, на основании которых предприятия строят свою будущую стратегию по привлечению клиентов. Ведь теперь на выбор потребителя оказывают влияние не только бюджетные ограничения и кривые безразличия, но и другие факторы:

- культура (культура - это набор ценностей, стереотипов и поведения, которые человек усваивает с детства);
- субкультура (это культура, разделенная на несколько частей - субкультур, дающих человеку возможность общения с похожими на себя людьми).

Помимо культурных факторов, потребитель подвергается воздействию так называемых референтных групп, которые оказывают прямое или косвенное влияние на человека. В

первую очередь, это семья, роль и статус, а также различного рода социальные взаимодействия. Ведь трудно не согласиться с тем, что в семье не существует абсолютного равенства. Кто-то один все же берет на себя главенствующую роль и выполняет функции лидера, связанные с принятием решений[8], может быть, не намеренно, но все же влияя на поведение других членов семьи в отношении тех или иных товаров и услуг. Конечно, в данном случае принятое решение не всегда направлено на семейное благополучие, потому как человек просто-напросто может ошибиться по поводу какого-то товара или использовать свое влияние, чтобы лишний раз показать свою власть.

Следующее, на что стоит обратить внимание, это, безусловно, роли и статусы, а если проще - положение человека в обществе. На что только не идут люди, чтобы выделиться на фоне других и занять более выгодную позицию, а когда их желание сбывается и они приобретают более высокий социальный статус, то соответственно их привычный набор товаров и услуг терпит изменения. Это легко заметить при повышении человека на работе, когда он сразу (или со временем) начинает заменять дешевые товары более дорогими. Причем самое примечательное то, что его выбор товаров не всегда пропорционален росту заработной платы. Связано это, конечно, со статусом и определенной ролью в обществе, которую нужно поддерживать. В качестве примера можно привести главу крупной международной корпорации, положение которого практически вынуждает покупать дорогие костюмы и ездить на таких же дорогих автомобилях.

Среди косвенных влияний на человека можно выделить разного рода взаимодействия с людьми. К ним относятся разговоры с незнакомыми людьми или с теми, с кем не налажен относительно близкий и доверительный контакт. Однако даже в этом случае можно повлиять на решение потребителя, потому что бывает так, что люди слушают своих друзей и близких, но прислушиваются к мнению малознакомого окружения.

Поэтому поведение потребителя представляет собой достаточно сложный механизм, полностью постичь который пока никому не под силу.

Также стоит отметить, что фирмы только недавно стали придерживаться стратегии, направленной на соблюдение вкусов и предпочтений покупателя, на основании которых сегодня и создается предложение.

Раньше предприятия создавали только те блага, которые сами посчитали нужными, а потребитель в силу отсутствия других альтернатив был вынужден довольствоваться тем, что есть. Но в нынешнем обществе подобное ведение бизнеса уже давно не актуально.

Сейчас каждый производитель стремится выявить свободные сегменты рынка, на которые он сможет направить свой товар, тем самым удовлетворяя сложившиеся спрос, ведь в условиях жесткой конкуренции фирме очень трудно получить уже занятый другой компанией сегмент, потому как потребители в своем большинстве не будут доверять "новичку". Так что анализ существующего спроса поможет понять, в каком направлении двигаться фирме[9].

Заключение

Таким образом, потребители демонстрируют различные стратегии поведения, связанные с особенностями поведения и материальным положением. Многие потребители испытывают сильные эмоции вызванные невозможностью удовлетворения своих потребностей, хотя большая часть не испытывает особых затруднений с адаптации к новым условиям.

Современная теория потребительского поведения дает шанс понять, что каждый человек руководствуется своими определенными принципами при выборе того или иного блага.

Однако на эти же самые принципы оказывается воздействие. Пусть не всегда прямо, но косвенно любой человек ощущает на себе действия культуры, семьи, друзей и т.д. Поэтому для проведения грамотной стратегии привлечения потребителей не стоит забывать и об этих факторах.

Список литературы:

1. Васильев Г.А. Поведение потребителей : учеб. пособие. М. : ИНФРА, 2010. С. 23-25.

2. Грошев И., Юрьев В. Психология экономических отношений // Общество и экономика. 2005. № 3. С. 73-75.
3. Воловская Н.М. Рабочая программа как необходимый стратегический документ маркетинговых исследований // Теория и практика общественного развития. - 2017. - №2 – С. 37 - 39
4. Воловская Н.М. Социально - трудовые отношения / Н.М. Воловская – Новосибирск: НГУЭУ, 2014. – 210 с.
5. Воловская Н.М. Методология и методика социологического исследования: Учеб. пособие / Н. М. Воловская; НГУЭУ. – Новосибирск: Изд - во НГУЭУ, 2011. – 192 с.
6. Зорькина Ю.И. Маркетинговое исследование мотивации потребителей чайной продукции г. Хабаровска / Ю.И. Зорькина // Актуальные вопросы экономических наук. – 2008. – № 1.
7. Малюк С.А. Потребительские предпочтения как фактор влияния на комплекс маркетинга хлебопекарного предприятия / С.А. Малюк // Austrian Journal of Humanities and Social Sciences. – 2014. – № 5 - 6 – С. 229–231
8. Бион У. Р. Научение через опыт переживания. – М.: Когито - Центр, 2017. – 128с.
9. Боязнь рисковать: анализ потребительского поведения в кризис // New Retail [электронный ресурс] https://new-retail.ru/business/ekonomika/boyazn_riskovat_analiz_potrebitel'skogo_povedeniya_v_krizis7647/ (дата обращения 17.04.2017)[a]
10. Как изменяется потребительское поведение в кризис // The best packing [электронный ресурс] <http://thebestpackaging.ru/2015/04/kak-izmenyaetsya-potrebitel'skoe-povedenie-v-krizis.html>(дата обращения 17.04.2017)[b]. 221
11. Клейнман П. Психология. Люди, концепции, эксперименты. – М.: МИФ, 2016. – 272с

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Сенина Ольга Алексеевна

*магистрант Российского государственного университета,
РФ, г. Москва*

Аннотация. В условиях современной конкурентной борьбы, где на потребителя оказывают давление со всех сторон, выбор правильной коммуникационной стратегии позволяет не только стимулировать выбор потребителя непосредственно в магазине и формировать в его глазах привлекательный образ марки и продукта, но также экономит время компании, позволяя избежать использование неэффективных путей передачи информации о продукте целевой аудитории.

В работе рассматриваются не только основные факторы, влияющие на потребительский спрос в условиях рынка, но и взаимодействие между факторами спроса в экономике.

Спрос - это то количество продукта, которое покупатели могут и желают купить по данной цене. Рынок любого государства формируют спрос на товары, которые могут удовлетворять потребности потребителей. Спрос на рынке отражает скорость, с которой желающие покупатели готовы заплатить за товары.

Существует проблема выделения основных факторов, определяющих спрос потребителя. Решение данной проблемы поможет направить бюджет потребителя на покупку нужного, правильного, рационального товара.

Ключевые слова: основные факторы, анализ, поведение потребителей, покупательское поведение, покупатель.

Развитие рыночных экономических исследований оказывает влияние на факторы, влияющие на уровень потребительского спроса. Сложность анализа спроса на рынке определяется быстрой изменчивостью, трудностью точного бухгалтерского учета, измерения и прогнозирования потребительского рынка, в связи со снижением производства товаров народного потребления. Величина спроса обнаруживается только в условиях рыночной экономики, механизм которой объединяет покупателей и продавцов.

В современном мире сфера торговли занимает одну из основных позиций в экономике государства. Каждый день миллионы человек посещают торговые центры, универмаги, гипермаркеты, приобретая услуги и товары для удовлетворения своих потребностей. Таковую категорию людей называют потребителями. Каждый потребитель - это индивидуальность, вследствие этого, способы приобретения, выбора и сами товары будут различаться, так например, один покупатель выберет более дорогой товар, а другой более дешевый, один приобретет красное платье, а другой зеленое и т.д.

У менеджеров и иных сотрудников торговли появляется вопрос: «Как же эффективно продать товар?». Для этого важно изучение и анализ вопросов поведения потребителей и рассмотрение факторов воздействия, влияющих на поведение покупателей при выборе товара и услуги предприятий торговли, что поможет сотрудникам и консультантам сферы сервиса найти подход к каждому потребителю.

Поведение потребителей - относительно новая категория маркетинга и маркетинговых исследований, которая характеризует особенность и специфику поведения различных групп потребителей, в основном в отношении принятия ими решений о покупках или приобретаемых услугах.

Процесс принятия решений о покупке начинается с осознания проблемы или потребности и поиска пути решения с учетом уже имеющего опыта осуществления покупок определенных товаров или отзывов и рекомендаций о товаре.

Оценивая полученную информацию об альтернативных вариантах, потребитель выделяет те свойства и характеристики товара, которые важны именно для него в настоящее время и определяет значение каждого из них, формулируя для себя определенный набор убеждений для совершения покупки. Оценив все доступные варианты, проанализировав и сравнив их достоинства и недостатки, потребитель принимает решение о покупке или отказа от покупки. От степени удовлетворения покупателя зависит его решение о повторной покупке и распространяемые им отзывы о приобретенном товаре.

Как сделать, чтобы покупатель остался доволен гой или иной покупкой? Ответ на этот вопрос заботит маркетологов всего мира уже многие десятилетия. По их мнению, необходимо помочь потребителю чувствовать себя комфортно защищено и уверенно.

Для этого многие современные предприятия сферы торговли используют такие инструменты как постпродажное обслуживание, собственные сервисные центры или программы поддержки клиентов, а государства в свою очередь создают законы о защите прав потребителей и строго следят за их исполнением.

Рассмотрим типы покупательского поведения.

Сложное покупательское поведение наблюдается в ситуации, когда высокая степень вовлеченности потребителя сочетается со значительными различиями между марками товара.

Обычно это происходит тогда, когда цена продукта велика и его покупка связана с риском.

Неуверенное покупательское поведение наблюдается в ситуациях с высоким уровнем вовлечения, когда товар стоит дорого, покупка связана с риском и разница между товарами разных марок невелика. При принятии решения покупатель полагается на собственное субъективное мнение, в данной ситуации главную роль на принятие решения может сыграть цена и незначительные индивидуальные особенности товара.

Привычное покупательское поведение проявляется в условиях низкого вовлечения потребителя и небольшой разнице между товарами. Обычно это происходит при покупке повседневных товаров с небольшой стоимостью, в данной ситуации потребитель редко задумывается на какой марке остановить свой выбор.

Поисковое покупательское поведение проявляется в ситуации, когда степень вовлечения низка и различия между разными марками товара ощутимы, обычно это происходит не из-за неудовлетворённости потребителя, а просто ради разнообразия.

Потребители принимают свои решения о покупке под непрерывным воздействием различных факторов. Различают внутренние и внешние факторы влияния на потребительское поведение.

Внутренние факторы поведения потребителей затрагивают поведение потребителя как индивидуума, внешние факторы относятся в основном к социальным аспектам поведения покупателя.

К факторам внешней среды относятся: культура, социальные классы, референтные группы, семья и ситуация.

Рассмотрим представленные факторы внешней среды.

Культура, воздействует на процесс принятия решения о покупке потребителем через моду, традиции и ритуалы. На этапе осознания потребности, поиска информации и оценки вариантов решений о покупке покупатель анализирует и делает выбор принимая решение в зависимости от той культурной среды, которой он принадлежит.

Принадлежность к тому или иному социальному классу, оказывает сильное влияние на приверженность, предпочтение потребителей к торговым маркам, стилям, магазинам, время препровождению.

На поведение потребителей в процессе принятия решения о покупке большую роль играет обработка информации и ее восприятие. Люди по-разному воспринимают одну и ту же ситуацию, так как протекающие процессы обработки и восприятия информации отличаются друг от друга в зависимости от условий и эмоционального фона человека.

Процесс обработки информации включает пять этапов: контакт, внимание, понимание, принятие, запоминание. Однако воздействовать на знание потребителей через восприятие информации - это обычная цель маркетинга. Ведь продать незнакомый продукт, особенно когда у потребителей есть возможность выбрать уже известную марку, очень тяжело. Выявление и оценка отношения потребителей предпочтения используются специалистами по маркетингу для определения эффективности маркетинговых мероприятий, и в частности, рекламных кампаний еще до начала реализации товаров и услуг.

Решение потребителей о покупке во многом определяется и его ресурсами — экономическими, временными, познавательными. Люди имеют разный уровень дохода и количество свободного времени для приобретения покупки.

Потребительская мотивация - движущая сила, активизирующая поведение потребителя и предоставляющая цель и направление для этого поведения [3]. Этот фактор является наиболее влиятельным.

Повлиять на выбор потребителя можно и в условиях жесткой конкуренции предприятий сферы торговли для этого необходимо быть ориентированным на клиента и добиваться лояльности покупателей, разрабатывая и осуществляя программы лояльности.

Изучение покупателей с абсолютной лояльностью дает представление о сильных сторонах деятельности предприятия сферы торговли, тогда как изучение покупателей, отказавшихся от сотрудничества, - о слабых сторонах.

Таким образом, мы рассмотрели широкий набор факторов, формирующих выбор и поведение потребителей и определили, что это сложный механизм, обладающий определенными свойствами, природой и особенностями, которые необходимо учитывать и применять при формировании стратегии продвижения товаров.

Также необходимо помнить о важности сегментирования рынка, позиционировании товара и о грамотном маркетинге, который может стать залогом востребованности товара, а значит и залогом успешной деятельности всего предприятия сферы торговли.

В результате проведенных исследований пришли к следующим выводам: цена является одним из главных факторов, оказывающих определяющую роль на спрос потребителя. Потребитель всегда при покупке в первую очередь принимает во внимание стоимость товара. Фактором, который также оказывает существенное влияние на спрос, является реклама.

Она позволяет донести до потребителя информацию о самом товаре, его производителе, свойствах товара, качестве. На потребительский спрос также влияют вкусы и предпочтения людей, их доход, торговая марка товаров, ожидания, размер домашнего хозяйства и плотность насыщения рынка интересующего потребителя товаром. Но для каждого товара набор факторов, определяющий его спрос, будет различен. И иногда спрос на потребительские товары будет зависеть от таких факторов как общественное мнение и других, нередко непредсказуемых, желаний потребителей.

Список литературы:

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / пер. с англ. Под ред Л.А.Волковой, Ю.Н. Каптуревского. СПб.: Питер, 2017.
2. Драганчук Л.С. Поведение потребителей: конспект лекций / Л.С. Драганчук, О.А. Якишик/ Федер. Агентство по образованию, Сибир. Федер. ун-т. Красноярск, 2018. 113 с.
3. Рябова О.Н. Поведение потребителей как основа принятия решений на предприятиях сферы услуг / О.Н.Рябова, А.Б.Федяшин // Научный поиск. 2015. № 1.1. С. 61-63.
4. Рябова О.Н. Торговое обслуживание покупателей – важнейшее направление деятельности предприятия розничной торговли // Наука, образование и культура: Сборник статей. Шуя, 2016. С. 88-92.

5. Билык Е.В., Савченко Д.В. Мотивационно-волевой аспект потребительского поведения. потребление как удовлетворение потребностей // Экономическая психология и поведенческая экономика в условиях глобальных социальных и экономических изменений. Материалы Всероссийской научной конференции. – М.: Спутник+, 2017. С.123.
6. Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10-е изд. / Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2018. 944 с.
7. Дейнека О.С., Бушуйкина О.Ю. Личностные корреляты характеристик выбора в экономическом и политическом поведении // Психология: итоги и перспективы / Под ред. А.А. Крылова. – СПб., 1996.

РУБРИКА

«ЮРИСПРУДЕНЦИЯ»

СОВРЕМЕННОЕ УГОЛОВНОЕ ДОСУДЕБНОЕ ПРОИЗВОДСТВО
В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Бахтибаев Мурат Араббекович
магистрант, Университет Кайнар,
Казахстан, г. Алматы

Аннотация. В статье обозначены актуальные проблемы современного уголовного процесса, касающиеся стадии возбуждения уголовного дела, разумности процессуальных сроков расследования, сокращенной формы дознания, избрания меры пресечения в отношении лиц, скрывшихся от органов расследования и объявленных в розыск. Автором приведен ряд примеров правового регулирования данных отношений в законодательстве зарубежных стран. Предложено решение названных проблем путем внесения изменений в Уголовнопроцессуальный кодекс РК.

Ключевые слова: досудебное производство, стадия возбуждения уголовного дела, процессуальные сроки расследования, сокращенная форма дознания, меры пресечения.

Современное Казахстанское законодательство в сфере борьбы с преступностью характеризуется тем, что органами государственной власти поставлена задача разработки концепции развития уголовной политики, в том числе в сфере уголовнопроцессуального права.

Правоприменение обновленного уголовно-процессуального законодательства Республики Казахстан свидетельствует как о позитивных решениях многих актуальных вопросов следственной и судебной практики, так и о несистемном, фрагментарном подходе к ряду теоретических и прикладных проблем уголовного процесса.

Представляется необходимым обратить внимание на некоторые ключевые вопросы, требующие своего неотложного разрешения и связанные с ролью оперативно-розыскной информации в расследовании, совершенствованием упрощенного производства. Кроме того, с учетом современного общественного правосознания пришло время для перехода на новый уровень понимания роли и задач досудебного расследования, его построения на основе успешно апробированного зарубежного опыта.

Во всех правовых системах важными, если не центральными задачами оперативно-розыскной деятельности (ОРД) выделялись выявление, предупреждение, пресечение и раскрытие преступлений.

Исключение из Закона РК «Об оперативно-розыскной деятельности» задачи раскрытия преступлений на практике смешало цели, средства их достижения, а также особенности оперативно-розыскного и уголовно-процессуального доказывания (глава 16 УПК РК). Подразумеваются такие основы ОРД как конспирация деятельности, внезапность и тактика оперативно-розыскных мероприятий, конфиденциальность негласных источников, трансформация результатов ОРД в доказательства в рамках части второй статьи 120 УПК РК.

Исключительно на следователя и дознавателя УПК возложил как основную факультативную для них задачу раскрытия преступлений (следственным путем традиционно раскрывалось не более 2-4% преступлений). С 2015 года органически присущая оперативным подразделениям задача искусственным образом стала не свойственна им.

Наблюдается наделение одних правоохранительных органов несвойственными им функциями с освобождением от них других органов, явно предназначенных для их выполнения. В результате смешения функций остро встанет вопрос об угрозе безопасности и право-

порядку в стране в контексте противодействия и борьбы с организованной преступной деятельностью, в т.ч. коррупцией, религиозным экстремизмом и терроризмом, посягательствами на безопасность государства.

Между тем обязательная и немедленная их регистрация в Едином реестре досудебных расследований делает бессмысленной оперативную работу по раскрытию названных деяний.

Представляется весьма спорным тезис о том, что в соответствии с зарубежным опытом ОРД является неотъемлемой частью уголовного процесса в форме НСД. В европейских странах и США ОРД признается специальным видом служебной деятельности, регламентируемой подзаконными актами и тесно интегрированной, в том числе с задачами уголовного процесса. Весь правоограничительный потенциал ОРД скован судебным контролем.

В этой связи полагаем, что данные вопросы требуют специального изучения в целях восстановления в Законе «Об оперативно-розыскной деятельности» ключевой задачи оперативных подразделений - раскрытие преступлений и проработки возможностей более широкого включения ОРД в интересы уголовного судопроизводства.

Как показывает следственная практика институты ускоренного дознания и предварительного следствия (ст. 190 УПК РК), протокольного производства по уголовным проступкам (гл. 55 УПК РК) не дали ожидаемого эффекта. При 3-5 кратной возросшей нагрузке на следователей и дознавателей сроки досудебного расследования в сравнении со старым УПК увеличились в полтора раза. Большинство дел об уголовных проступках прекращаются, поскольку производство по ним усложнено. Каждое пятое уголовное дело возвращается прокурором на дополнительное расследование [1].

При исследовании проблем современного досудебного производства необходимо учитывать, что деятельность правоохранительных органов осуществляется в условиях осложнения криминогенной обстановки, обусловленной в числе других причин значительным увеличением (с 19,3 млн в 2016 г. до 30,3 млн в 2017 г.) количества зарегистрированных сообщений о преступлениях, об административных правонарушениях, происшествиях. Соответственно, возрос и объем процессуальной деятельности, который в 2017 г. составил в целом 2,2 млн расследованных уголовных дел и 6,9 млн процессуальных решений об отказе в возбуждении уголовного дела, а всего 9,1 млн (для сравнения в 1992 г. количество «отказных» материалов составляло лишь 1,3 млн и возбужденных уголовных дел 2,8 млн или 4,1 млн процессуальных производств) [2].

Не менее важным является вопрос о складывающийся негативной практике нарушения прав граждан на их доступ к правосудию свидетельствует и соотношение удельного веса процессуальных решений о возбуждении уголовного дела к числу «отказных» материалов, который за последние 20 лет сократился в 8 раз.

Современное состояние отечественного уголовного процесса неизбежно ставит вопрос о его исторической модели и векторе дальнейшего развития. Уместно подчеркнуть, что казахстанское уголовное судопроизводство как национальная отрасль континентальной системы права является преемником советской, российской, немецкой и французской уголовно-процессуальных доктрин.

Дальнейшее совершенствование организации досудебного расследования, включающего в себя в настоящее время следствие и дознание, должно заключаться в переходе только в одну форму предварительного расследования - в дознание (полицейское дознание).

В целом дознаватель и следователь выполняют единую функцию, имеют одинаковый процессуальный статус и равновеликий объем полномочий. Процессуальная фигура следователя отличается от дознавателя отдельными вторичными признаками: предметная подследственность уголовных дел, сроки расследования, согласование последним всех процессуальных решений с начальником органа дознания и формальная процессуальная самостоятельность следователя. Его «самостоятельность» унаследована вследствие «институциональных деформаций» [2] вначале следователями советской прокуратуры, а с 6 апреля 1963 года - следователями органов внутренних дел от судебного следователя, который был

действительно независимым и правовое положение которого регламентировалось Уставом уголовного судопроизводства Российской империи 1864 года.

Безусловно, иррационален возврат к архаичному институту судебного следователя. Тогда логично упразднение такого участника уголовного процесса как следователя, как, например, это имело место в Германии в 1974 году [3]. Его статус должен быть преобразован в дознавателя.

Таким образом, процесс доказывания необходимо распределить соответственно функциям и компетенции уполномоченных на то органов согласно теории уголовно-процессуальных функций.

Реализация принципов презумпции невиновности, состязательности и равноправия сторон в досудебном производстве требует концептуального переосмысления канонов казахстанской, наследницы советской теории доказательств.

Список литературы:

1. Уголовное законодательство без уловок / Выступление министра внутренних дел РК на Парламентских слушаниях 18 ноября 2016 года «Дальнейшая модернизация уголовного, уголовно-процессуального и уголовно-исполнительного законодательства РК // Казахстанская правда. 2016. 19 ноября. № 223 (28349).
2. Материалы международной научно-практической конференции «Организация деятельности органов расследования преступлений: управленческие, правовые и криминалистические аспекты», 23–24 апреля 2015 г. и др.
3. Александров А.С., Поздняков М.Л. Путь институциональной реформы предварительного расследования / Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. 2014. № 1 (25). - С. 78-82. - С. 81. - ISSN 2078-5356 // Сайт Научной электронной библиотеки открытого доступа КиберЛенинка [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/put-institutsionalnoy-reformy-predvaritelnogo-rassledovaniya>

ПОРЯДОК И ПОСЛЕДСТВИЯ ПРИЗНАНИЯ ЛИЦА НЕДОСТОЙНЫМ НАСЛЕДНИКОМ

Клеветова Евгения Юрьевна

*магистрант, Кубанский государственный университет,
РФ, г. Краснодар*

В соответствии со ст. 1117 Гражданского кодекса РФ, любой наследополучатель по завещанию или по закону может быть признан недостойным в виду исключительных оснований на это. Подобное решение принимается судом и существенно меняет установленный порядок наследования. Но для вынесения такого решения органу правосудия нужны существенные основания, факты и доказательства, которые предоставляются заинтересованными в этом лицами.

Так, согласно ГК РФ, можно выделить несколько категорий недостойных наследников:

1. Граждане, пытающиеся незаконным путем получить наследство.

К таким лицам относятся наследники, которые своими умышленными противоправными действиями, направленными против наследодателя, кого-либо из его наследников или против осуществления последней воли наследодателя, выраженной в завещании, способствовали либо пытались способствовать призванию их самих или других лиц к наследованию либо увеличению причитающейся им или другим лицам доли наследства (п. 1 ст. 1117 ГК РФ). В данном случае совершение умышленных действий не зависит от мотивов и целей их совершения (в том числе при их совершении на почве мести, ревности, из хулиганских побуждений и т.п.). Противоправные действия, направленные против осуществления последней воли наследодателя, выраженной в завещании, могут заключаться, например, в подделке завещания, его уничтожении или хищении, понуждении наследодателя к составлению или отмене завещания, понуждении наследников к отказу от наследства. Такие обстоятельства, являющиеся основанием для отстранения от наследования, должны быть подтверждены в судебном порядке - приговором суда по уголовному делу или решением суда по гражданскому делу (например, о признании недействительным завещания, совершенного под влиянием насилия или угрозы) (п. 1 ст. 1117 ГК РФ; пп. «а» п. 19 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 29.05.2012 № 9). Граждане, относящиеся к данной категории, не имеют права наследовать ни по закону, ни по завещанию, за исключением лиц, которым наследодатель после утраты ими права наследования завещал имущество. Кроме того, как следует из п. 2 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 1991 г. № 2, противозаконные действия, которые установлены приговором суда, являются основанием к лишению права наследования лишь при умышленном характере этих действий. В отношении лиц, осужденных за совершение преступления по неосторожности, данное правило неприменимо.

Важно отметить, что не признаются недостойными наследниками лица, совершившие общественно опасные деяния в состоянии невменяемости, поскольку при этом они были лишены возможности отдавать себе отчет в своих действиях или руководить ими. В данном случае судом выносится не приговор, а определение об освобождении лица от уголовной ответственности.

2. Родители, лишённые родительских прав

Родители, лишённые родительских прав, не имеют права наследования по закону после детей, в отношении которых они были в судебном порядке лишены родительских прав и не восстановлены в этих правах ко дню открытия наследства в соответствии со ст. 1117 ГК РФ.

3. Граждане, злостно уклоняющиеся от обязанностей по содержанию наследодателя

В силу п. 2 ст. 1117 ГК РФ, по требованию заинтересованного лица от наследования по закону можно отстранить через суд граждан, злостно уклонявшихся от выполнения лежавших на них по закону обязанностей по содержанию наследодателя [2, с. 125].

Также не стоит забывать, что ст. 1117 ГК РФ является закрытой и другие причины не будут являться основанием для признания наследника недостойным. Поэтому большинство

исков об установлении недостойности судьями на практике отклоняются, по причине заблуждения истцов, относительно оснований, по которым можно признать ответчика недостойным наследником.

Таким образом можно выделить круг причин, когда требования о недостойном наследнике не будут удовлетворены:

- запрещение (препятствование) сонаследникам пользоваться имуществом наследодателя;
- личное использование вещей умершего без переоформления на себя;
- нарушение договоренности между родственниками об условиях и размерах деления наследственного имущества;
- не исполнение обещания, данное наследодателю относительно судьбы его собственности;
- изоляция наследодателя от других родственников и препятствование общению с ними;
- сокрытие факта смерти от родственников;
- несообщение нотариусу о наличии сонаследников, завещаний в пользу других лиц, об имуществе покойного и так далее;
- ведение асоциального образа жизни, совершение аморальных поступков, безнравственное отношение к близким и прочее;
- вступление в брак незадолго до смерти без намерения создать семью, при отсутствии совместного проживания, общего хозяйства, взаимной заботы.

Порядок признания наследника недостойным достаточно прост. Его можно условно разбить на 4 пункта:

1. При наличии оснований, указанных в ст. 1117 ГК РФ, заинтересованное лицо обращается в суд с иском относительно доказывания причин, по которым оно считает то или иное лицо недостойным наследства.

2. В случае положительного разрешения дела и получения судебного решения, заинтересованное лицо передает данное решение нотариусу для отстранения недостойного наследника от наследования.

3. Непосредственное исключение. Нотариус после исполнения решения суда и отстранения недостойного наследника от наследования каких-либо специальных документов не выдает. Но факт отстранения он отражает в свидетельстве о наследовании.

4. Обжалование незаконных действий нотариуса. Этот пункт можно считать факультативным, так как применяться он будет только в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения нотариусом своих действий. В этом случае такая проблема будет решаться в судебном заседании [5, с. 35].

В качестве последствий признания наследника недостойным можно назвать то, что часть наследства, которая причиталась бы недостойному наследнику, переходит к наследникам по закону, призванным к наследованию, пропорционально их наследственным долям. Но если наследодатель завещал все имущество назначенным им наследникам, то часть наследства, причитавшаяся недостойному наследнику, переходит к остальным наследникам по завещанию пропорционально их наследственным долям, если только завещанием не предусмотрено иное распределение этой части наследства. Подобное правило установлено п. 1 ст. 1161 ГК РФ [4, с. 63].

Однако, в силу п. 3 ст. 1117 ГК РФ принявший наследство недостойный наследник обязан возратить все имущество, неосновательно полученное им из состава наследства. Возмещению подлежат также все убытки, связанные с противоправными действиями недостойного наследника, понесенные законными наследниками, а также доход, полученный в результате использования данного имущества [1, с. 191].

Немаловажно заметить, что признание наследника недостойным и отстранение его от наследования необходимо для восстановления прав и законных интересов наследников, именуемых достойными. Так как недостойный наследник, получив собственность, исключает

возможность получения должного размера наследства достойным наследником. Можно сказать, что эта процедура является обязательной для заинтересованных лиц, желающих восстановить справедливость, а также защитить свои права на получение наследства в полном объеме [3, с. 51].

Таким образом, можно сказать, что вопрос о признании наследника недостойным законодательно урегулирован. В Гражданском кодексе Российской Федерации содержится конкретный перечень оснований для отстранения наследника от наследства. А также на практике урегулирована процедура признания наследника таковым, а также последствия подобного признания.

Список литературы:

1. Гаврилов В.Н. Отстранение от наследования недостойных наследников: история, перспективы и зарубежный опыт // Изв. высш. учеб. заведений. Правоведение. 2002. № 5. С. 190-196.
2. Огнев В.Н. Институт недостойных наследников: актуальные проблемы теории и судебной практики // Человек и закон. 2007. № 4. С. 125-132.
3. Паничкин В.Б. Отстранение недостойных наследников в российском праве в сравнении с правом США // Наследственное право. 2006. № 2. С. 51-56
4. Пашков М. Недостойное поведение может стать основанием лишения права наследования // Человек и закон. 2000. № 3. С. 62-64
5. Ярошенко К. Отдельные вопросы наследственного права в судебной практике // Рос. юстиция. 2001. № 11. С. 34-37.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

Электронный научный журнал

СТУДЕНЧЕСКИЙ ФОРУМ:

№ 25 (46)
Ноябрь 2018 г.

В авторской редакции

Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 – 66232 от 01.07.2016

Издательство «МЦНО»
125009, Москва, Георгиевский пер. 1, стр.1, оф. 5
E-mail: studjournal@nauchforum.ru

16+

