

**ПЕРВЫЙ ШАГ
В НАУКУ**

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ТАРАСА ШЕВЧЕНКО**

ПЕРВЫЙ ШАГ В НАУКУ

Сборник научных работ

**Луганск
ГОУ ВПО ЛНР «ЛГУ имени Тараса Шевченко»
2015**

УДК 082:378.09(477.61)-057.87
ББК 95.4я43+74.484.7(4Укр.Луг)
П26

Главный редактор – Ротерс Т.Т., д-р пед. наук, профессор

Редакционная коллегия:

- Бойчук С.С.** – к. филос. н., доцент кафедры философии и социологии ЛУ имени Тараса Шевченко.
- Дибас О.А.** – к. и. н., доцент кафедры всемирной истории и международных отношений ЛГУ имени Тараса Шевченко.
- Крысенко Д.С.** – к. и. н., доцент кафедры политологии и правоведения.
- Милокост Л.С.** – к. и. н., доцент кафедры всемирной истории и международных отношений ЛГУ имени Тараса Шевченко.
- Бабик А.О.** – аспирант кафедры всемирной истории и международных отношений ЛУ имени Тараса Шевченко.

Первый шаг в науку : сб. научн. работ / глав. ред. : Ротерс Т.Т.;
П26 ред. колл.: Бойчук С.С., Дибас О.А., Крысенко Д.С., Милокост Л.С.,
Бабик А.О. – Луганск : ГУ «ЛУ имени Тараса Шевченко», 2015. –
330 с.

Сборник студенческих работ «Первый шаг в науку» включает в себя статьи, которые отображают основные направления научной деятельности структурных подразделений университета. Сборник имеет своей целью популяризацию научного поиска среди студенческой молодежи.

УДК 082:378.09(477.61)-057.87
ББК 95.4я43+74.484.7(4Укр.Луг)

*Рекомендовано к печати решением научной комиссии
Луганского государственного университета имени Тараса Шевченко
(протокол №.6 от 17 июня 2015 г.)*

© Коллектив авторов, 2015
©ГУ «ЛУ имени Тараса Шевченко», 2015

Оглавление

I. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕФОРМ	13
Е.Н. Дюбо.....	11
ОСНОВЫ ОПТИМИЗАЦИИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЙ	11
О.А. Голубцова.....	13
ПРАКТИКА ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕФОРМ	13
Гусева А.Ю., Калинина И.М.	15
К ВОПРОСУ О ПЕРСПЕКТИВАХ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА ПРИ ВВЕДЕНИИ ЕДИНОЙ ВАЛЮТЫ	15
О. В. Кузьмина.....	19
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ КЛАСТЕРА В АПК РЕГИОНА	19
Н. А. Карамушко	22
ВЕНЧУРНОЕ ИНВЕСТИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБНОВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ	22
И.В. Ружинская.....	24
КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК КЛЮЧЕВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ УСПЕХА ОРГАНИЗАЦИИ	24
А. О. Сухих.	27
РОЛЬ ИММИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЯЗАНСКОГО РЕГИОНА	27
II. ЭКОЛОГИЯ, ПРИРОДА И ОБЩЕСТВО	30
Е.И. Боева.....	30
НАИБОЛЕЕ ОПАСНЫЕ ЯВЛЕНИЯ ПОГОДЫ НА ТЕРРИТОРИИ ЛУГАНЩИНЫ	30
Е. Гребенюк.....	32
ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПАЛЕОГЕНОВЫХ ХЕЛОНИИД	32
ПО ОТДЕЛЬНЫМ ЭЛЕМЕНТАМ ПАНЦИРЯ	32
Капустин Д.А., Кущенко А.В., Короп Г.В., Швыров В.В.....	34
ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗРАБОТКИ МНОГОТОПЛИВНЫХ КОТЕЛЬНЫХ УСТАНОВОК	34
А.Г.Крюченкова.....	35
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ	35
А. Магдыч	38
О МЕТАПОДИИ ПЛЕЗИОЗАВРА	38
ИЗ ВЕРХНЕМЕЛОВЫХ ОТЛОЖЕНИЙ ЛУГАНЩИНЫ	38
В.И.Шелоумова	41
ХАРАКТЕРИСТИКА ТИПОВ ГОРОДОВ С УЧЕТОМ МИГРАЦИОННОЙ ПОДВИЖНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ	41
А. Н. Токаренко	43

ИСТОЧНИКИ ПОДЗЕМНЫХ ВОД ЛУГАНЩИНЫ И ИХ ХОЗЯЙСТВЕННОЕ ЗНАЧЕНИЕ	43
Ю.В.Пономарева, С.В. Заика	46
ОСОБЕННОСТИ ЭКОЛОГИИ СОВЫ УШАСТОЙ	46
НА ЮГО-ВОСТОКЕ УКРАИНЫ.....	46
III. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФУНКЦИИ ИСКУССТВА.....	49
Н.В. Галак.....	49
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА КЕРАМИКИ.....	49
Е.Н. Удовенко	52
ДУХОВНЫЙ ПУТЬ И НИТИ ЖИЗНИ В КЕЛЬТСКОМ ОРНАМЕНТЕ.....	52
Д.С. Тыщук	55
ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ НОМИНАЦИИ В РОМАНЕ Д. ХАРРИС «ШОКОЛАД»	55
Л. И. Ракитянская	58
ТРАДИЦИИ ПЕТРИКОВСКОЙ РОСПИСИ В ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОМ ИСКУССТВЕ	58
О.Н. Пивоварова.....	61
ИСКУССТВО ВЫШИВКИ ЛЕНТАМИ,	61
КАК ОДНОГО ИЗ ВИДОВ	61
ДЕКОРАТИВНО – ПРИКЛАДНОГО ИСКУССТВА.....	61
Ю. Беляева	63
ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ БАТИКА, КАК ВИДА ДЕКОРАТИВНО – ПРИКЛАДНОГО ИСКУССТВА	63
Я.И. Кротова	66
ВИТРАЖИ ТИФФАНИ – ЭЛЕГАНТНОСТЬ И ИЗЯЩЕСТВО	66
А.В. Вьюник.....	69
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ УКРАИНСКОГО ГОНЧАРСТВА И КЕРАМИКИ.....	69
IV. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ.....	73
Р. Е. Кривуля.....	73
ЭФФЕКТИВНОЕ ПОСТРОЕНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ КОМПЛЕКСОМ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОРГАНИЗАЦИИ САЛОННОГО БИЗНЕСА.....	73
О. К. Хромова	76
ВЛИЯНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ	76
А. Н. Доценко	81
РАЗВИТИЕ САЛОННОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ.....	81
М.С. Маркелова.....	83
ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПАРИКМАХЕРСКИХ УСЛУГ В СОВРЕМЕННОМ САЛОНЕ КРАСОТЫ.....	83
М.С. Дидык	86
РОЛЬ РЕКЛАМЫ В ПРОЦЕССЕ ЭСТЕТИЗАЦИИ САЛОНА КРАСОТЫ	86

Е.В. Великохатская	90
РОЛЬ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ДИЗАЙН-КОМПЕТЕНЦИИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО ПАРИКМАХЕРСКОМУ ИСКУССТВУ	90
М.В. Павлова	92
СПЕЦИФИКА ИЗГОТОВЛЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ПОСТИЖЕРНЫХ ИЗДЕЛИЙ В КОНКУРСНЫХ ПРИЧЕСКАХ.....	92
V. ПРОБЛЕМЫ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ, СПОРТА И ЗДОРОВЬЯ ЧЕЛОВЕКА.....	94
Т.В. Загной	94
ТЕОРЕТИКО – МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ В УЧЕБНО – ПРОФЕСИЙНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ – СПОРТСМЕНОВ.....	94
А.В. Калайдо, Т.Д. Камышева	96
ОЦЕНКА СТРУКТУРЫ ГОДОВОЙ ДОЗЫ ОБЛУЧЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА ИСТОЧНИКАМИ ИОНИЗИРУЮЩЕГО ИЗЛУЧЕНИЯ.....	96
А.В. Калайдо.....	98
ОЦЕНКА РАДОНООПАСНОСТИ ПОМЕЩЕНИЙ ЛУГАНСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ ТАРАСА ШЕВЧЕНКО.....	98
П. Б. Гофман	101
ФОРМУВАННЯ ГОТОВНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ.....	101
З ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ	101
ДО ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	101
Ю. О. Пугачов.....	104
ФОРМУВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я	104
УЧНІВ СТАРШОЇ ШКОЛИ ЗАСОБАМИ АЕРОБНИХ	104
ФІТНЕС-ПРОГРАМ З ЕЛЕМЕНТАМИ СУЧАСНИХ ЄДИНОБОРСТВ	104
VI. НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ	107
А.А. Кретов	107
ОРГАНИЗАЦИЯ НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	107
СРЕДИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ.....	107
ЛУГАНСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО АГРАРНОГО УНИВЕРСИТЕТА.....	107
А. В. Семенихина	108
ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ ЮНОШЕЙ И ДЕВУШЕК.....	108
М. В. Бут.....	113
ПРОБЛЕМЫ ГИГИЕНЫ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА	113
Л. Н. Трачук,	117
ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ИНТИМНОСТИ В БРАЧНО-СЕМЕЙНЫХ ОТНОШЕНИЯХ.....	117
И. В. Зайченко.....	121
КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБРАЗОВАНИИ.....	121
В. Ю. Шефтор.....	124

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕЖИВАНИЯ ТРЕВОЖНОСТИ ЛЮДЬМИ, НАХОДЯЩИМИСЯ В ЗОНЕ БОЕВЫХ ДЕЙСТВИЙ.....	124
М. Ю. Бірюков.....	126
ФОРМУВАННЯ ТЕМАТИКИ КУРСОВИХ, ДИПЛОМНИХ РОБІТ І МАГІСТЕРСЬКИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У СТУДЕНТІВ МИСТЕЦЬКИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ ВІДПОВІДНО ДО ПОТРЕБ РИНКУ ПРАЦІ ТА УМОВ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ В ГАЛУЗІ ОСВІТИ.....	126
Р. Е. Алексикова.....	129
ФЕНОМЕН «ДОМИНИРОВАНИЯ – ПОДЧИНЕНИЯ» В СУПРУЖЕСКОЙ ПАРЕ.....	129
Т. Е. Финогеева.....	131
ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА РУКОВОДИТЕЛЯ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ КАК ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА.....	131
Ю. А. Ершова.....	135
ВЛИЯНИЕ КАРЬЕРНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ ЖЕНЩИН НА ВОСПИТАНИЕ ДЕТЕЙ В СЕМЬЕ.....	135
О. А. Щербина.....	137
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	137
Г. В. Риччи.....	139
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РОЛЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СУПРУЖЕСКОЙ ПАРЕ.....	139
А. А. Артемова.....	142
ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ.....	142
Е. Г. Базовая.....	144
ПРОБЛЕМЫ ВНЕКЛАССНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ШКОЛЕ.....	144
К. М. Борцова.....	147
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ.....	147
НАПРАВЛЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ СТАРШЕКЛАССНИКОВ.....	147
В. С. Буланая.....	150
ФОРМИРОВАНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ У БУДУЩИХ УЧИТЕЛЕЙ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА.....	150
В. А. Вилитенко.....	153
ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТОВ КОРРЕКЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ВУЗЕ.....	153
Е. В. Вильховченко.....	155
АВТОРИТЕТНЫЙ ПЕДАГОГ – ОБЩАЕМСЯ БЕЗ КОНФЛИКТОВ.....	155
Е. Е. Ищенко.....	157
ФЕНОМЕН ПЕРЕЖИВАНИЯ.....	157
КАК ПРЕДМЕТ НАУЧНОГО АНАЛИЗА.....	157
Г. Г. Калинина.....	161

ВНЕУЧЕБНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ В РАМКАХ НАУЧНОЙ БИБЛИОТЕКИ	161
С. М. Кравченко	162
СУЩНОСТЬ И СТРУКТУРА КОНФЛИКТОЛОГИЧЕСКОЙ ГРАМОТНОСТИ СТУДЕНТОВ	162
Остапенко Д. А.	165
ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАНИИ.....	165
М. В. Харчук, Р. Е. Кривуля.....	172
ДИСКУССИЯ КАК ИНТЕРАКТИВНЫЙ МЕТОД ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ	172
СТУДЕНТОВ В ВУЗЕ	172
М. V. Kubrakova.....	175
THE INFLUENCE OF SOCIAL, POLITICAL AND CULTURAL FACTORS ON FORMATION OF THE THEORY AND PRACTICE OF PERSON'S SPIRITUAL DEVELOPMENT IN THE PEDAGOGICAL IDEA OF DOMESTIC EMIGRATION(THE 20th -50th OF THE XX CENTURY).....	175
Л. В. Савина	177
ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В НЕПРИЗНАННОМ ГОСУДАРСТВЕ.....	177
НА ПЕРВОНАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ ЕГО СТАНОВЛЕНИЯ.....	177
Е. И. Савченко	182
КОНФЛИКТ КАК ПРОТИВОРЕЧИЕ ИНТЕРЕСОВ	182
И. Ю. Уланова.....	184
«ЭЛЕМЕНТАРНАЯ МУЗЫКА» В КОНТЕКСТЕ	184
ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ К. ОРФА	184
А. Н. Хутова	187
ОСОБЕННОСТИ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА О ПООЩРЕНИЯХ И НАКАЗАНИЯХ.....	187
М. К. Черних, О. М. Гречина	189
ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНТЕРАКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НАВЧАННЯ В ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ МОЛОДШОГО СПЕЦІАЛІСТА.	189
И. В. Шатова	192
ВЛИЯНИЕ ОСОЗНАННОСТИ ЭМОЦИЙ НА ХАРАКТЕР ИХ ПРОЯВЛЕНИЯ У МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ.....	192
VII. ВЕДУЩИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОЛИТИКО-ПРАВОВЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ.....	195
Д.О. Бабічев	195
ДО ПИТАННЯ ПРО ПРАВОВІ ЗАСАДИ ПРОКУРОРСЬКОГО НАГЛЯДУ ЗА ЗАКОННІСТЮ РІШЕНЬ ОПЕРАТИВНИХ ПІДРОЗДІЛІВ ОВС	195
ПРО ЗАКРИТТЯ ОПЕРАТИВНО-РОЗШУКОВИХ СПРАВ	195
Т.С. Коваленко.....	199
ДЕЯКІ ДУМКИ З ПРИВОДУ РЕФОРМУВАННЯ ОРГАНІВ ПРАВОСУДДЯ.....	199
Я.С. Ленюк	202
НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНОЙ И СУДЕБНОЙ СИСТЕМЫ ЛНР	202
Л. С. Андрейченко.....	206

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОКУРОРСКОГО НАДЗОРА В МИНИСТРАТИВНОМ СУДОПРОИЗВОДСТВЕ КАК ГАРАНТИЯ СОБЛЮДЕНИЯ ЗАКОННЫХ ПРАВ И СВОБОД ГРАЖДАН.....	206
VIII. АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	210
Капустин Д.А., Кущенко А.В.,Короп Г.В., Швыров В.В.....	210
ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗРАБОТКИ МНОГОТОПЛИВНЫХ КОТЕЛЬНЫХ УСТАНОВОК	210
Капустин Д.А., Короп Г.В.,Швыров В.В., Шкандыбин Ю.А.....	211
МЕТОДЫ АВТОМАТИЗАЦИИ ПРОЦЕССОВ ДОКУМЕНТООБОРОТА В УНИВЕРСИТЕТЕ С ПРИМЕНЕНИЕМ ПЕРСПЕКТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	211
А.Н. Караванский	213
МЕТОД ЛОКАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОТ НЕСАНКЦИОНИРОВАННОГО ПРИОБРЕТЕНИЯ.....	213
А.И. Долгий, К.Б. Соловьёва.....	215
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИРТУАЛЬНЫХ КЛАССОВ В ОБУЧЕНИИ.....	215
А. А. Овчаренко.....	218
РАЗРАБОТКА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЭЛЕМЕНТОВ ТРЕХМЕРНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ	218
Я. Р. Чигрин	218
ПРОГРАММЫ УДАЛЕННОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ.....	218
Н. С. Грищенко, И. А. Деменков	219
ВЫБОР ЯЗЫКА WEB-ПРОГРАММИРОВАНИЯ ДЛЯ СОЗДАНИЯ САЙТА	219
Ю. Б. Меньшов,	222
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОГРАММ 3D МОДЕЛИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ РАЗРАБОТКИ ИГРОВЫХ МОДИФИКАЦИЙ.....	222
IX. ПРОБЛЕМЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ.....	225
Молоканова Л.В., Попова Я.А.	225
СУЧАСНИЙ РИНОК КОПЧЕНИХ КОВБАС.....	225
И.Щербинина, И.Серебрянская	228
ТОВАРОВЕДНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ МАКАРОННЫХ ИЗДЕЛИЙ.....	228
И.А.Щербинина, А.Н. Ветчиникова.....	230
ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ СОВРЕМЕННОЙ КЛАССИФИКАЦИИ ОБУВИ	230
Р. Г. Домниченко	232
ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПОЛИМЕР-НАПОЛНИТЕЛЬ НА ГРАНИЦЕ РАЗДЕЛА ФАЗ В СИСТЕМЕ ЭПОКСИДНО-АКРИЛОВОГО СВЯЗУЮЩЕГО	232
Р. Г. Домниченко, Я.А. Тищенко.....	235
ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ НАРУЧНЫХ ЧАСОВ И ФАКТОРОВ ВЛИЯЮЩИХ НА НИХ.....	235
Р. Г. Домниченко, А.О. Сизов.....	237

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ ЛАКОКРАСОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ	237
Р. Г. Домниченко, С.П. Безгомонов	239
ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА СТИРАЛЬНЫХ МАШИН.....	239
Р.Г. Домниченко, К.С.Коновратская.....	241
ТОВАРОВЕДНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА КРАСОК ДЛЯ ВОЛОС, РЕАЛИЗУЕМЫХ В ТОРГОВОЙ СЕТИ ГОРОДА ЛУГАНСКА.....	241
Я.А.Попова, А.А.Леявина	244
ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НИТРИТА НАТРИЯ В ПРОИЗВОДСТВЕ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ.....	244
Е.Г. Калько,	246
ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА БЕСФОСФАТНЫХ СТИРАЛЬНЫХ ПОРОШКОВ.....	246
И.С. Пивоварова, К.А. Калько	248
БЕЗОПАСНОСТЬ УПАКОВКИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.....	248
Х. РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА, ГОСТИНИЧНОГО И РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.....	252
А. С. Колесникова	252
ИССЛЕДОВАНИЕ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ПРИЕМА НА РАБОТУ СОТРУДНИКОВ С РАЗЛИЧНЫМ ОПЫТОМ РАБОТЫ	252
К.В. Антоненко.....	255
ИССЛЕДОВАНИЯ МИРОВОГО ОПЫТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСТОРИКО-АРХИТЕКТУРНЫХ СООРУЖЕНИЙ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА	255
ХІ.ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ И ОБСЛУЖИВАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	259
М.В. Вереина	259
ФРАНЧАЙЗИНГ И ЕГО СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ КИТАЯ.....	259
А.Ю. Горкун.....	261
СФЕРИФИКАЦИЯ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ МЕТОД ПРИГОТОВЛЕНИЯ БЛЮД МОЛЕКУЛЯРНОЙ КУЛИНАРИИ.....	261
Э. П. Савина, Д.И. Попенко	266
КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	266
Э. П. Савина	271
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЦИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА	271
А.С. Сегодняина, И.Е. Чербанич.....	276
ПОНЯТИЕ, ФАКТОРЫ И СТРАТЕГИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ...	276
А.С. Сегодняина.....	280
МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТНЫХ ПОЗИЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ	280
РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА	280
Д.И. Попенко	287

PR КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	287
К.А. Тактарова.....	290
СУЩНОСТЬ АНИМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИЗМЕ.....	290
С.А. Саладдина.....	294
ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГ КАК ФИЛОСОФИЯ РЫНОЧНОЙ ОРИЕНТАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ.....	294
С.А. Саладдина, Л.Е. Тришкина.....	299
РОЛЬ МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ.....	299
Л.Е. Тришкина.....	304
ПРОЕКТ ГРУППОВОГО ТУРА В ЧЕРНОГОРИЮ «КРАСКИ АДРИАТИКИ»	304
Е.Е. Чалая.....	310
ПРИРОДНО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ТАИЛАНДЕ.....	310
И.Е. Чербанич.....	315
К ВОПРОСУ О КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА.....	315
И.Е. Чербанич, А.С. Сегодняина.....	320
ХАРАКТЕРИСТИКИ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА.....	320
Д.Т. Шевченко.....	325
БЕЗОПАСНОСТЬ В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА.....	325

І. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕФОРМ

Е.Н. Дюбо

*Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск*

ОСНОВЫ ОПТИМИЗАЦИИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЙ

Все существующие организации отличаются собственной историей, философией, организационной структурой, видами коммуникаций, системой и процедурами постановки и решения задач, ритуалами, традициями и мифами. Поэтому организационная культура у каждого предприятия своя, и она проявляется в отношениях между персоналом.

Постоянные изменения рыночной ситуации, переориентация целей и сопутствующая корректировка стратегий в рамках достижения предприятием определенных этапов развития влекут за собой необходимость изменений и в организационной культуре, поскольку существующая структура может сдерживать дальнейший рост.

Целью работы является выявление параметров развития организационной культуры на современных предприятиях с последующей их оптимизацией.

Оптимизация организационной культуры – это приведение культуры предприятия, его взаимодействий с рынком и внутренних взаимодействий в состояние, способствующее максимально эффективному достижению целей в рамках принятых стратегий [1, с.102].

Основой формирования организационной культуры будут ценности, приоритеты и установки, разделяемые всеми членами данной организации, которые будут стимулировать или тормозить процесс реализации стратегических целей. Критерий эффективности оргструктуры – степень соответствия сложившейся культуры выработанной стратегии развития бизнеса.

В общем случае процесс оценки организационной культуры можно представить как последовательность действий:

- 1) выявление текущих и перспективных ценностей предприятия;
- 2) четкое разграничение положительных и отрицательных ценностей, носящих текущий и будущий характер;
- 3) разработка инструментария воздействия на персонал.

Культура предприятий представляет собой два организационных уровня: верхний – элементы культуры, имеющие внешнее видимое представление (одежда, символы, организационные церемонии, рабочая обстановка и т.д.), нижний – ценности и нормы, определяющие и регламентирующие поведение персонала в компании. Внутренние ценности будут вытекать из внешних,

поддерживаться и вырабатываться персоналом. И наоборот, внутренние ценности персонала (в первую очередь, стиль поведения и поступки первых лиц компании, менеджеров), будут определять и систему общих корпоративных ценностей. Поэтому оптимизация существующей организационной культуры должна базироваться на сохранении и углублении исторически сложившейся структуры ценностей и уровнях культуры предприятия.

Работа в данном направлении должна начинаться с проведения диагностики, выявляющей действительные проблемы предприятия. Наиболее простыми с точки зрения реализации будут следующие методы определения целесообразности оптимизации оргструктуры:

1. На основе внутренней информации анализируемого предприятия об уровне выполнения функций. Чаще всего оценка осуществляется путем анкетирования руководителей и сотрудников, на основании которого составляется оценочная таблица (табл. 1), отражающая результаты по 10 бальной шкале.

Таблица 1

Пример оценочной таблицы выполнения основных функций организационной культуры предприятия

Функции	Оценка	
	сотрудников	руководителей
Отношение к работе на всех уровнях	6,4	8,
Финансовая заинтересованность в приверженности оргкультуре	7,1	7,5
Делегирование полномочий	6,7	7,3
Инициативность и инновационность	7,3	7,0
Информационная обеспеченность подразделений	6,2	4,5
Квалификация кадров предприятия	8,1	5,8

Если оценки находятся в диапазоне 0-6, то данная функция выполняется не полностью и оргкультура требует оптимизации ее реализации. Уровень в 9-10 баллов считается реально недостижимым, поэтому в случае обнаружения таких значений в таблице свидетельствует о наличии проблем в коллективе.

2. На основе сопоставления показателей весомости и оценок функций конкурентов и анализируемого предприятия. Если обнаруживается значительное отставание предприятия во взвешенных оценках, то необходимо начинать процедуру оптимизации.

Данные методы обладают одним существенным недостатком: не оценивают эффективность взаимодействия предприятия с рынком, которое может носить при этом достаточно скоординированный характер.

Оптимизация организационной культуры предприятий может реализовываться в следующих направлениях:

- 1) изменение в принципах культуры на уровне высшего руководства;
- 2) формирование четких правил и норм, создание единых образцов поведения персонала;
- 3) внедрение групповых норм и ценностей;
- 4) создание прогрессивных форм эмоционального представления принципов оргкультуры, которые могли бы послужить повышению включенности и позитивного отношения персонала к политике руководства;
- 5) изменения в требованиях к персоналу, создание оптимизированных должностных инструкций и применение новых подходов к практике управления.

Таким образом, диагностика позволяет определить основные ценности организационной культуры, способствующие целостности и слаженности работы предприятия; а также может быть использована в качестве инструмента эффективного управления организационными изменениями.

Литература:

1. Камерон К.С. Диагностика и изменение организационной культуры / К.С. Камерон, Р.И. Куинн. – СПб: ПИТЕР, 2001. – 301с.
2. Чанько А.Д. Опыт диагностики организационной культуры российских компаний / А.Д. Чанько // Российский журнал менеджмента. – 2005. – №4. - С. 29-54.

О.А. Голубцова
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

ПРАКТИКА ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕФОРМ

В современных условиях экономических и политических потрясений, сопровождающихся военными действиями, и внешней экономической блокадой со стороны Украины, внутренней социально-экономической и политико-законодательной нестабильностью, наращиванием кризисных явлений, дисбалансом и диспропорциями в развитии Луганской народной республики (ЛНР) остро требуется разработка конкретных мероприятий в рамках

реализации социально-экономических реформ развития ЛНР. Это позволит создать базис для регионального развития ЛНР, сформировать и реализовать ее стратегические цели. На современном этапе развития ЛНР формирование эффективных и уникальных моделей развития становится стратегической задачей всех институтов власти ЛНР.

Любые экономические реформы должны основываться на экономической теории, знаниях, фактах, опыте других стран, а не на спонтанных решениях. Ведь экономические реформы - это основанные на экономической теории преобразования в экономической системе, которые ведут к положительным, просчитанным экономическим и социальным результатам в течении максимально короткого периода.

Опыт Польши свидетельствует, что при формировании Программы реформ, польские экономисты обращали внимание на точное определение и обеспечение максимально возможной скорости ключевых процессов и основных факторов, влияющих на экономику. Именно такой подход определил формирование программы почти одновременного начала выполнения макроэкономической стабилизации, микроэкономической стабилизации и фундаментальной структурной перестройки мер экономической политики [2]. Однако, простое копирование чужого опыта или заимствования отдельных элементов различных реформированных экономик не может принести ожидаемого результата и позитивных изменений экономической системы. ЛНР должна выбирать свой путь реформ. Заимствованный опыт можно только улучшать.

Ускорение экономического развития обусловлено возможностью опираться на опыт и помощь развитых стран, брать на вооружение все лучшее, проверенное практикой. К сожалению, мы не используем в полной мере фактор экономического развития, особенно в части технико-технологического обновления производства и повышения его эффективности, хотя именно инновационный путь развития может ускорить экономическое развитие государства и обеспечить достижение необходимого уровня конкурентоспособности продукции с целью свободного конкурирования на мировых рынках товаров и услуг[3].

Можно выделить несколько векторов структурной модернизации экономики. Вектор первый - предусматривает, во-первых, создание прозрачных правил экономической игры, прозрачные процедуры администрирования и дерегулирования бизнес-деятельности. Вектор второй - формирование

банковской и кредитно-денежной систем. Целью таких реформ должно стать стимулирование приоритетного развития банков, ориентированных на производственное кредитование. Вектор третий - запуск государственных целевых программ, программ государственно-частного партнерства для обеспечения приоритетного развития «прорывных» отраслей экономики, чтобы модернизировать, реорганизовать, провести перестройку системы дистрибуции и маркетинговой политики и завоевать ключевые позиции на внутреннем и внешнем рынках в данных секторах экономики.

Литература

1. Лисюк О.М. Моделювання регіонального розвитку економіки перехідного періоду : автореф. дис. ... канд. екон. наук / О.М. Лисюк. – Хмельницький, 2005. – 23 с
2. Полтерович В. Почему не идут реформы. Необходим государственный стандарт на их проектирование / В. Полтерович // Полит.журн. – 2005. – 11, апр. – № 13. – Режим доступа: <http://www.politjournal.ru/ind>
3. Полтерович В.М. Институциональные ловушки и экономические реформы [Электронный ресурс] /В.М. Палтерович. — Режим доступа: http://library.by/portalus/modules/ruseconomics/referat_readme.php?subaction=showfull&id=1130505066&archive=&start_from=&ucat=12&.

*Гусева А.Ю., Калинина И.М.
ФГБОУВПО «Московский государственный университет экономики,
статистики и информатики (МЭСИ)»,
г. Москва*

К ВОПРОСУ О ПЕРСПЕКТИВАХ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА ПРИ ВВЕДЕНИИ ЕДИНОЙ ВАЛЮТЫ

В настоящее время на постсоветском пространстве происходит процесс экономической интеграции стран, цель которой состоит в повышении благосостояния населения. Россия, Белоруссия и Казахстан подписали в мае 2014 г. в Астане договор о Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС), который вступил в силу 1 января 2015 г. 2 января к ЕАЭС присоединилась Армения, в мае ожидается присоединение Киргизии. Создание ЕАЭС выводит страны-участницы бывшего Таможенного союза, чей суммарный валовой

внутренний продукт (ВВП) составлял 85% валового продукта Содружества Независимых Государств (СНГ), на более высокий уровень интеграции. Таким образом, идет процесс формирования крупнейшего общего рынка на пространстве СНГ (170 млн. чел.), который станет новым мощным центром экономического развития. В будущем в рамках ЕАЭС предполагается введение единой валюты, что отражает углубление экономического сотрудничества и получение от этого наибольших выгод. Возможность и целесообразность введения единой валюты для стран постсоветского пространства обсуждается на протяжении многих лет, начиная с момента исчезновения с политической карты мира величайшей державы – Советского Союза Социалистических Республик (СССР). Валюты государств СНГ сегодня вынуждены конкурировать с более сильными иностранными валютами не только на внешних рынках, но и во внутреннем обороте. Введение единой валюты реализуется в результате сложных политических и экономических переговоров между странами. При этом, учитывая неодинаковую скорость интеграции различных членов ЕАЭС, единая валюта, скорее всего, сначала будет введена только в двух странах Союза: в России и Казахстане. Однако, переход на единую валюту ставит ряд проблем, которые будут оказывать влияние на баланс выгод и издержек отдельных стран при вступлении в зону такой валюты.

Новая валюта будет обеспечена в первую очередь сырьевым экспортом России и Казахстана (нефть, газ и металлургия), и в этом смысле она все равно будет близка к российскому рублю, в том числе, по уровню инфляции [1]. Если повышение цены на нефть на мировом рынке для России является возможностью увеличить внутреннее потребление благ (за счет импорта), то для остальных стран зоны единой валюты это может привести к падению ВВП (из-за укрепления единой валюты и возникновения проблем со сбытом национальных товаров) без соответствующих компенсаций извне [2]. В итоге при росте цен на нефть в этих странах произойдет сокращение доходов и снижение благосостояния населения. Для преодоления этих проблем (согласно теории оптимальных валютных зон) должно быть максимально либерализовано движение факторов производства, товаров, работ, услуг. В частности это означает, установление свободного перемещения трудовых ресурсов. Только в этом случае остальные страны зоны единой валюты смогут максимально безболезненно реагировать на процикличность российской экономики. Перемещение рабочей силы способно в определенной степени «усреднить» душевые доходы, сглаживая негативные процессы в тех странах, которые в наибольшей степени пострадают от «качания на одной волне» макроэкономических процессов валютной зоны.

Другой важной проблемой при введении ЕАЭС является невозможность использования отдельными странами денежно-кредитной и валютной политики для решения задач в рамках государственного регулирования экономики [3]. Денежно-кредитная и валютная политика будет проводиться во благо всех стран – участниц, в то время как для отдельных государств характер принимаемых решений может оказаться неоптимальным. Учитывая, что Россия

(в силу размера ее ВВП) в зоне единой валюты будет играть доминирующую роль, можно утверждать, что кредитно-денежная политика будет отражать интересы преимущественно российской экономики. Таким образом, при переходе на единую валюту отдельные страны потеряют важнейшие рычаги государственного регулирования экономики – денежно-кредитного и валютного курса. Это приведет к необходимости повышения эффективности других инструментов государственного регулирования (налогового и бюджетного), а также прямых и косвенных мер административного и экономического регулирования. Учитывая, что национальная денежно-кредитная политика должна стать более ответственной и максимально независимой от национальных правительств, она в долгосрочном периоде обеспечит повышение доверия к единой валюте. Тем самым будут созданы условия деловой активности, инвестиций в реальный сектор экономики и повышение благосостояния населения.

Также при создании единой валюты возникает проблема распределения сеньоража (прибыль, получаемая властями от выпуска денег), который выступает главным источником формирования прибыли Центрального банка и прироста величины его капитала, в виде положительных разниц от переоценки его финансовых активов. В России перечислению в бюджет подлежало 50% прибыли Банка России [4]. С 2010 г. эта доля была увеличена до 75% [5]. Например, за 2013 г. в федеральный бюджет было перечислено 73,1 млрд. руб., что составляет 100 % к уточненному прогнозу. Уточненным прогнозом поступления по этому виду доходов были увеличены на 23,1 млрд. рублей, или на 46,3 % [6].

Еще одной проблемой при создании единой валюты является укрепление доверия к эмиссионному центру, данная проблема выражается в виде того как проводятся денежно-кредитная политика, насколько эмиссионный центр зависит от национального правительства.

По мнению авторов, использование российского рубля в качестве единой валюты ЕАЭС является более эффективным шагом по сравнению с созданием новой коллективной валюты. Искусственно созданная новая коллективная валюта не будет иметь должного доверия в мировой экономике, так как у нее не будет истории как устойчивой валюты.

При введении в качестве единой валюты не российского рубля, а создание коллективной валюты (по примеру Европейского союза) придется сформировать наднациональный центральный банк – Евразийский центральный банк, учредителем которого должны стать национальные банки стран – участниц. При этом тема полномочий Евразийского нацбанка и эмиссионного центра едва ли не самая закрытая для публичного обсуждения. На ранних стадиях подготовки договора предлагалось создать Евразийский ЦБ по аналогии с Европейским центральным банком. В союзе будет единый регулятор с единым эмиссионным центром[1].

Таким образом, выгоды стратегического партнерства стран – членов ЕАЭС должны являться приоритетами при решении возможных проблем на пути формирования и в рамках функционирования зоны единой валюты. Выгоды

интеграции в валютной сфере очевидны: она позволит более эффективно и оптимально решать социально-экономические проблемы на постсоветском пространстве. Несмотря на возможные издержки, которые могут возникнуть в процессе функционирования единой валюты в ЕАЭС, преимущества от ее введения в долгосрочном периоде должны быть немного весомее. Создание единой валюты в ЕАЭС отражает мировые процессы усиления валютной интеграции между странами в современном мире, и странам евроазиатского пространства не следует оставаться от них в стороне.

Литература:

1. <http://www.gazeta.ru/> «Деревянный станет золотым» 03.06.2014 (дата обращения 18.01.2015)
2. Сибирская А.В. Перспективы и проблемы валютной интеграции в СНГ // Проблемы управления, 2014. № 1. С. 62-66
3. Тюрин С.Б. Стабилизационные финансы в системе государственного регулирования // Труд и социальные отношения. 2014. № 2. С. 118-131
4. Федеральный закон от 10.07.2002 №86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)»
5. Федеральный закон от 30.09.2010 №245-ФЗ «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и иные законодательные акты Российской Федерации»
6. Заключение Счетной палаты Российской Федерации на отчет об исполнении федерального бюджета за 2013 год (утверждено Коллегией Счетной палаты Российской Федерации (протокол от 29 августа 2014 г. № 42К (988))
7. Договор о Евразийском экономическом союзе (Подписан в г. Астане 29.05.2014) (ред. от 10.10.2014, с изм. от 23.12.2014) (29 мая 2014 г.)
8. Международные финансовые рынки и международные финансовые институты В.Ф. Максимова, А.А. Вершинина М.: Изд. центр ЕАОИ, 2011. – с.128

О. В. Кузьмина
ФГБОУ ВПО Донской государственной
аграрный университет,
г. Ростов -на -Дону

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ КЛАСТЕРА В АПК РЕГИОНА

Устойчивое развитие и повышение конкурентоспособности современной Российской экономики и экономики регионов требует наличия комплекса мероприятий, направленных на активное применение инструментов инновационного развития, способствующих росту национального рынка и стабилизации социальной обстановки.

На сегодняшний день инструментом инновационного развития страны и регионов в долгосрочной перспективе является создание кластеров, что отражено во многих законодательных актах на уровне Правительства и Министерства сельского хозяйства РФ, в частности в Концепции долгосрочного социально - экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года.

Необходимость развитие кластеров в АПК обусловлена тем, что малые и средние сельскохозяйственные предприятия получают возможность регулировать конъюнктуру рынка, максимально использовать конкурентные преимущества, тем самым обеспечивая себе конкурентоспособность на продовольственных рынках и снижение рыночного влияния импорта.

В России агропромышленные кластеры находятся на стадии зарождения. В настоящее время реализуется проект создания агропромышленных биокластеров в Ставропольском крае, Ростовской, Саратовской, Волгоградской, Ивановской, Липецкой, Новосибирской областях, в Алтайском и Пермском крае.

кластерных структур становится основным элементом стратегий развития большинства стран. Успешное развитие кластеров и устойчивость в глобальной конкуренции обеспечивается принципом «тройной спирали», который подразумевает плотное сотрудничество и заинтересованность в деятельности предприятий - участников кластера, органов государственной власти на всех уровнях, учреждений науки и образования.

Сотрудничество внутри кластера предоставляет преимущества всем его участникам:

- бизнес - структурам – обеспечивает наличие квалифицированных кадров, снижение накладных расходов, возможность узкой специализации за счет использования сформированных каналов продаж, финансовую поддержку государства, снятие барьеров и снижение рисков при выходе на рынок;

- органам государственной власти – увеличение бюджета за счет уплаты налогов, наличие новых рабочих мест, приток квалифицированных специалистов из других регионов, высокий экспортный потенциал;

- учебным заведениям - получение единого квалифицированного заказчика, коммерциализация научных разработок, привлечение специалистов - практиков для преподавания, увеличение спроса на квалифицированные кадры.

В настоящее время существует ряд факторов, сдерживающих развитие кластерных инициатив в АПК:

- низкий уровень менеджмента и как следствие, низкая производительность труда;

- высокий уровень затрат на производство продукции за счет завышенных цен на продукцию и услуги сторонних организаций, используемых сельхозтоваропроизводителями;

- высокий физический и моральный износ основных фондов;

- недостаток собственных оборотных средств;

- низкий уровень внедрения научных разработок и передового опыта в производственный процесс, как следствие – низкое качество сельскохозяйственной продукции;

- несоответствие продукции АПК требованиям сетевых торговых компаний;

- разобщенность торговой и производственной деятельности в АПК;

- высокая доля импорта сельскохозяйственной продукции;

- слабое развитие транспортной, энергетической и рыночной инфраструктуры;

- отсутствие устойчивых производственно - хозяйственных и финансово - экономических связей между хозяйствующими субъектами АПК, а также с другими отраслями и сферами экономики;

- слабое развитие маркетинговых услуг, отсутствие хорошо отрегулированных каналов реализации продукции;

- недостаточное развитие сети информационно - консультационных услуг, низкий уровень применения в аграрном секторе современных информационных технологий.

Наличие эффективной государственной кластерной политики значительно ускорит процесс формирования и дальнейшего развития конкурентоспособных кластеров в АПК. На уровне правительства РФ выделены основные направления развития агропромышленного комплекса, среди которых можно выделить следующие:

- развитие сектора базовой специализации (снятие инфраструктурных ограничений, развитие индустрии комбикормов, поддержка реализации проектов в сфере биоэнергетики, увеличение посевных площадей, повышение

урожайности культур, оснащение хозяйств техникой и эффективными хранилищами);

– развитие других секторов и освоение новых рынков (развитие собственной региональной торговой сети, создание сети агропарков инновационной и промышленной специализации);

– развитие новых производств, создание брендированной продукции, продвижение ее как на потребительском рынке России, так и за ее пределами;

– развитие отраслевых ассоциаций, обеспечивающих коммуникации между элементами кластера, а также горизонтальных и вертикальных связей между производителями АПК;

– восстановление конкурентных технологий на базе создания технопарков, обеспечивающих связи между проектными институтами или исследовательскими лабораториями вузов и конструкторскими подразделениями предприятий;

– создание информационной среды, способствующей развитию кооперационных связей между предприятиями отрасли (проведение конференции поставщиков и другие мероприятия);

– внедрение современных технологий, формирование условий для развития НИР и НИОКР в данной сфере, развитие системы подготовки кадров;

При должной поддержке органов власти в создании комфортной деловой среды формирование кластеров в АПК региона будет способствовать получению синергетического эффекта, повышению качества жизни населения и конкурентоспособности экономики региона.

Литература:

1. Портер М. Конкуренция. - М.:Изд. дом «Вильямс», 2000. - С. 205.
2. Официальный портал Правительства Ростовской Области [Электронный ресурс]//Режим доступа: <http://www.donland.ru/Default.aspx?pageid=92217> – Дата обращения: 19.03.2015.
3. Сапрыкина Н.В. Холодова М.А., Чернобродова Л.А. Государственная поддержка инновационного развития регионального АПК //Международный сельскохозяйственный журнал. – 2014. - № 1-2. -С. 61-64.
4. Приоритеты инновационного развития предприятий регионального АПК/ Сапрыкина Н.В., Фетюхина О.Н., и др. – пос. Персиановский: Изд-во ДонГАУ, 2012. – 196 с.

ВЕНЧУРНОЕ ИНВЕСТИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБНОВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Основной формой технологических нововведений и наиболее перспективного варианта финансирования новых технологий является венчурный бизнес. В настоящее время развитую инфраструктуру венчурных инвестиций имеют страны Евросоюза, Тайвань, Китай, Израиль.

Уровень экономического развития страны, региона, как показывает мировая практика, зависит в большей мере от эффективности проведения инвестиционной политики. Инновационные проекты очень привлекательны для венчурного финансирования. Причем венчурные инвестиции направлены на финансирование в основном малого и среднего бизнеса в отрасли инноваций.

Индустриально развитые страны рассматривают венчурный механизм как важную составную часть инновационной системы и стремятся к более широкому его применению в экономике. Особенно важен венчурный капитал для коммерциализации результатов научных исследований в наукоемких и высокотехнологических отраслях промышленности, для малых инновационных предприятий, играющих значительную роль в разработке новых идей и новых технологий с большим риском их внедрения в производство. Для венчурного инвестирования характерно следующее: 30% проинвестированных проектов – неудачны, 30% приносят умеренные доходы, 30% - высокодоходны, 10 % - сверхдоходны и покрывают издержки, связанные с неудачным инвестированием. Главным условием формирования действенных механизмов венчурного финансирования инноваций является создание, прежде всего, стабильной нормативно-правовой базы, гарантирующей регулирование отношений в этой сфере. Будет целесообразно зафиксировать, что патент на изобретение может быть собственностью нескольких юридических и физических лиц, а промышленные образцы, полезные модели, созданные венчурными фирмами, являются их собственностью. Усилить заинтересованность владельцев патентов в реализации их разработок возможно за счет разумной налоговой политики, а эффективность льгот по налогообложению венчурных фирм и фондов давно доказана зарубежным опытом.

Индустрия венчурного капитала в Европе отличается от своего американского аналога по двум основным параметрам. Во-первых, в отличие от США, которые инвестируют венчурный капитал в новые технологии, в Европе венчурные инвестиции размещаются преимущественно в развитые сектора промышленности, транспорт и связь. Во-вторых, главными институциональными инвесторами европейского венчурного капитала являются банки, а в США – это пенсионные фонды, страховые компании,

спонсоры и частные лица. В США венчурный бизнес сосредоточен в наиболее наукоемких отраслях, особенно это относится к биотехнологиям, бизнес-услугам и продуктам, медицинскому оборудованию и приспособлениям, программному обеспечению, телекоммуникациям. За последние годы компании, основанные на базе высоких технологий, составили около 60 % всех компаний, которые финансировались с помощью венчурного капитала. При этом для снижения риска потери вложенных средств средства венчурных фондов вкладываются в развитие проектов, ранее профинансированных государством.

Для Европы главная цель венчурного капитала – отбор и развитие компаний для преобразования их в предприятия мирового класса. Компании, имеющие менее 500 служащих, получают до 90 % всех инвестиций. В Японии более 80% предпринимателей могут начать свой бизнес, вложив личные средства, и только когда снижается степень риска, на стадии активного развития компании, когда становятся ощутимыми результаты научных разработок, к бизнесу подключаются внешние источники финансирования.

Таблица 1

Удельный вес источников капитала для венчурной индустрии

Тип инвестора	Чехия	Австрия	Дания	Европа	США
Корпоративные	8,5	4,8	8,7	10,9	8,2
Частные	26,3	10,1	10,6	7,4	6,1
Правительство	0	15,5	16,4	5,6	3,7
Банки	63	48,0	29	21,7	9,6
Пенсионные фонды	0	9,8	5,8	24,2	40
Страховые компании	0	11,8	16,4	12,9	14,7
Фонды фондов	0	0	7,2	11,4	13,6
Академические институты	0	0	0	0,4	0,7
Рынок денег	0	0	0	1,3	0,4
Прочие	2,2	0	5,9	4,2	3
Всего инвестиций	100	100	100	100	100

Отличие венчурного бизнеса Японии состоит главным образом в том, что объединяется одно производство с другим, а западная модель объединяет науку и производство. Российский рынок венчурного финансирования охватывает исключительно финансовый и потребительский рынок, информационные и коммуникационные технологии. Распределение объемов инвестиций по отраслям осуществляется таким образом: потребительский рынок – 58,01 %, телекоммуникации – 17,1 %, финансовые услуги – 7,58 %, информационные

технологии – 7,08 %, энергетика – 4,5 %, химическая промышленность – 2,09 %, другие отрасли – 3,64 %.

Основываясь на зарубежном опыте функционирования венчурных фондов, для развития малых венчурных предприятий органам власти необходимо обеспечить финансовые гарантии в виде паевого распределения риска при финансировании инновационных проектов и создания поддерживающей инфраструктуры. Особенно это касается элементов инфраструктуры поддержки малого технологического предпринимательства, обеспечения его в течение 2-3 лет льготным режимом развития, предоставления налоговых льгот, льгот по аренде помещений и оборудования, коммунальных платежей, оказания консультационных и других услуг. Со стороны контролирующих органов необходимо осуществлять систематический контроль за освобожденными от налогообложения средствами и их использованием с целью недопущения их тенезации. Обеспечение стабильности соответствующего законодательства, а также разработка механизмов привлечения венчурных инвестиций и выхода инвесторов после окончания сроков инвестиций – главные факторы развития венчурного бизнеса.

Литература:

1. Великий Ю.В. Влияние венчурного предпринимательства на инновационную деятельность // *Економіка. Фінанси. Право.* – 2010. - №5. С. 9-12.
2. Кочур Ю. Г. Зарубежный опыт функционирования венчурных фондов// *Актуальні проблеми економіки.* – 2012. - №10. – С.9-14.
3. Венчурный бизнес // www.fstrateg.ru.

И.В. Ружинская
Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г. Луганск

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК КЛЮЧЕВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ УСПЕХА ОРГАНИЗАЦИИ

Развитие отечественной экономики невозможно без надлежащего формирования корпоративной культуры как системы ценностей. Актуальность вопросов развития корпоративной культуры организации сегодня обусловлено необходимостью роста общего уровня культуры производства в стране. Культура корпорации позволяет ей выжить в условиях конкуренции и занять определенную нишу на рынке. Это связано, во-первых, с растущей интернационализацией рынков, во-вторых, с тем фактом, что многие системы, которые ранее использовались, методы и приемы управления, которые обеспечивали отдельным организациям преимущества, в значительной степени утратили свою привлекательность, в-третьих, с изменением приоритета ценностей у людей.

Культура корпорации не возникает сама по себе, персонал – ресурс знаний и умений – является главным носителем культуры. На предприятии с развитой культурой она как бы отделяется от людей и становится атрибутом предприятия, ее частью, которая осуществляет активное воздействие на персонал, модифицирует его поведение в соответствии с теми нормами и ценностями, представляющих основу культуры. Создать условия для формирования культуры организации – сложная задача. Ее решение возможно только с помощью рычагов управления.

Культура организации отражается в ценностях, которые обуславливают профессиональное поведение её членов и обуславливают её индивидуальность. Эта индивидуальность может проявляться, например, в существовании фирменного стиля, особенностях внешнего вида и поведения сотрудников, правилах и принципах их деловых отношений с внешним окружением, к которому относятся различные сегменты аудитории: клиенты, конкуренты, представители власти и поставщики финансовых ресурсов [2, с. 11].

Корпоративная культура – это основной компонент в достижении организационных целей, повышении эффективности организации и управлении инновациями. Главная цель корпоративной культуры – обеспечение внешней адаптации и внутренней интеграции организации за счет совершенствования управления персоналом.

Этого же мнения придерживается А.Н. Крылов [2, с. 75], который отмечает, что корпоративная культура – это есть совокупность идей и ценностей, общепризнанных норм поведения, присущих конкретной организации или общий опыт членов организации, формируется в процессе совместной деятельности и выступает в материальной и нематериальной формах.

Так, Н. Незнанов [4] отмечается, что вообще корпоративную культуру можно охарактеризовать как систему ценностей организации, воплощенную в различных сторонах ее деятельности (микроклимате, атмосфере, стиле руководства, нормах, правилах, традициях и т.д.). Это толкование корпоративной культуры практически дублирует точку зрения Виханского и Наумова на организационную культуру [1].

Большинство ученых и практиков, занимающихся организационными проблемами, сегодня осознает, что культура влияет на производственные показатели деятельности и долгосрочную эффективность предприятий. Более того, кроме воздействия на организационном уровне, хорошо прослеживается и влияние организационной культуры на отдельных людей, например, на их моральные качества, преданность делу, производительность труда, состояние физического здоровья и эмоциональное благополучие работников.

Внешняя бизнес-среда сегодня меняется с калейдоскопической скоростью. Под влиянием экономического и социального развития общества ценности, которые составляют основу корпоративной культуры организации, меняются. Из практики все более исключаются такие, когда общепринятые ценности, как дисциплина, послушание, иерархия, карьера, власть, централизация. На смену им приходят другие, созданные интеллектуализацией труда и гуманизацией управления: самоуправление, взаимопомощь,

коллективизм, ориентация на потребности, раскрытие личности, творчество, способность идти на компромиссы, децентрализация.

В подобных условиях организации не могут выжить, оставаясь неизменными. В одинаковых внешних условиях одни организации обнаружили удивительную жизнеспособность, а другие оказались недееспособны. Изменения организаций должны происходить адекватно глубине и скорости изменений окружающей среды. Оптимальными же можно считать организационные изменения, осуществляемые с опережением будущих изменений. Однако ответ на вопрос об адекватном содержании таких изменений, то есть об их объектах и принципах, не всегда очевидна.

Следование большинством организаций путем сокращения расходов, борьбы за качество и осуществление реинжиниринга, что предполагает совершенствование процессов и процедур, не привело к желаемым результатам. По результатам статистического обследования менее половины компаний, принимавших участие в различных программах реинжиниринга, добились главной цели – улучшения своей рыночной позиции [3]. Причина неудач, по мнению инициаторов исследования, крылась в том, что программы изменений не касались фундаментальных основ организации – системы ценностей, направлений деятельности, стиля управления, способов мышления и подходов к решению проблем, то есть всего того, что принято понимать под корпоративной культурой организации. Этот факт свидетельствует в пользу того, что корпоративная культура предприятия является очень весомым фактором достижения, поддержки и усиления конкурентоспособности предприятия.

Необходимым условием положительного влияния корпоративной культуры на эффективность организации в целом является осуществление целенаправленного управленческого воздействия на ее формирование. Эффективность такого воздействия зависит от того, насколько комплексной будет его направленность и насколько осуществляемые меры будут согласованы с общим направлением развития организации.

Литература:

1. Виханский О. С. Менеджмент: учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономист, 2006. – 670 с.

2. Крылов А. Н. Корпоративная идентичность для менеджеров и маркетологов: Учебное пособие / А.Н. Крылов – М.: Издательство НИБ, 2004. – 226 с.

3. Мажура И.В. Подходы к измерению культуры предприятия / И.В. Мажура // Збірник наукових праць Східноукраїнського Національного Університету імені Володимира Даля. Науковці – підприємствам і установам регіону. Частина друга. – Луганськ, 2004. – С. 87

4. Незнакова Н. Как развить чувство "принадлежности к компании"? // [Электронный ресурс]. – Режим доступа:// http://www.e-executive.ru/publications/aspects/article_1178.

РОЛЬ ИММИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЯЗАНСКОГО РЕГИОНА

В настоящее время социально – экономические процессы функционирования многих российских регионов испытывают на себе влияние миграционного фактора. Рязанская область в этом отношении не является исключением. Если учитывать геодемографическую ситуацию, т.е. сложившиеся на данной территории соотношения рождаемости, смертности и миграционной подвижности, создающих определённую структуру населения и динамику его численности, то она относится к регионам второго типа. Это сравнительно слабоурбанизированные территории в главной полосе расселения с преобладанием русского населения. В предыдущие десятилетия они отличались интенсивным оттоком жителей, уезжавших в более урбанизированные регионы и районы нового освоения. Поэтому здесь самая старая возрастная структура населения, большой перевес женщин над мужчинами за счёт старших возрастных групп, самые высокие в стране уровни смертности и естественной убыли. Миграционный приток не перекрывает естественную убыль населения.

В 2004-2014 г.г. Рязанская область оставалась привлекательной, в основном для мигрантов из стран СНГ. На 1.01.2004 г. 33,74 % прибыли из Казахстана, 14,85% из Украины, 13,54% из Узбекистана. За десятилетие иммиграционные лидеры не изменились. На 1.11.2014 г. наибольший удельный вес всех прибывших наблюдался из Узбекистана - 21,64%, из Украины - 15,41%, из Казахстана - 13,77%, из Таджикистана - 10,58%.

Однако, в 2014 году, несмотря на положительное миграционное сальдо, уровень миграционного прироста в области относительно уменьшился по сравнению с предыдущим годом на 26,9%. При этом, миграционные процессы, происходящие в Рязанской области, не оказали существенного влияния на изменение демографической ситуации в регионе. Они лишь частично компенсировали естественную убыль населения (на 32,8%). [1]

В современных условиях обстоятельства, побуждающие население искать более благоприятные условия жизни и труда в другой стране, подразделяются на две группы: экономические и неэкономические. Приоритетную роль играют экономические причины, среди которых главная - это уровень оплаты труда и соответственно уровень жизни. При этом перемещение лиц происходит с целью увеличения “человеческого капитала”, то есть, когда ожидаемые выгоды от миграции превышают связанные с ней издержки (затраты на переезд, поиск работы, адаптацию к новым условиям среды и др.)

К числу неэкономических факторов относятся: правовая система регулирования общественных отношений; особенности внешней и внутренней политики страны; культурно-этнические факторы; особенности

демографической ситуации; психологический, экологический, исторический и другие факторы.

При изучении иммиграционных процессов следует также учитывать их позитивные и негативные последствия воздействия на экономику в многоуровневом аспекте. К первым следует отнести стимулирование экономического роста и сокращение дефицита рабочей силы, за счёт роста налогооблагаемой базы увеличивается доходная часть госбюджета; улучшается демографическая ситуация (наблюдается нарастание численности и плотности населения и др.).

Негативными последствиями можно считать обострение безработицы; перевод части заработанных денег зарубеж; возможности возникновения этнических конфликтов и социально – политической напряжённости и др.

Представляется, что необходимо в комплексе учитывать вышеперечисленные последствия, так как в обозримом будущем продолжится приток трудовых мигрантов, в первую очередь внешних, в Рязанский регион.

Регулирование миграционных потоков, образуемых внешними мигрантами и жителями других регионов Российской Федерации, в целях замещения естественной убыли населения, потребует принятия новых эффективных управленческих решений, комплексного подхода к разработке и реализации мер по улучшению ситуации на рынке труда. При этом приоритетными группами при приёме мигрантов должны выступать предприниматели и инвесторы; следует также поощрять иммиграцию высококвалифицированных специалистов; одновременно необходимо ужесточать меры по борьбе с нелегальной иммиграцией.

Следует считать важным реализацию инвестиционных проектов, направленных на повышение иммиграционной привлекательности муниципальных территорий, имеющих приоритетное значение для развития области.

При координации действий органов государственной власти, общественных организаций и иных объединений необходимо учитывать комплекс мер по достижению желаемой иммиграционной привлекательности Рязанского региона:

- оптимизацию сальдо внешней миграции, в прогнозах социально-экономического развития Рязанской области;
- разработку новых нормативных актов и совершенствование имеющихся в сфере миграционного законодательства;
- создание целевых комплексных программ, регламентирующих миграционную ситуацию в регионе;
- улучшение работы федеральной миграционной службы;
- ведение работы по созданию новых и сохранению имеющихся рабочих мест в регионе;
- увеличение миграционных квот на привлечение квалифицированной рабочей силы;
- создание социально-реабилитационных центров для мигрантов, в том числе беженцев, способствующих их социальной адаптации;

-определение перспективных районов для рекомендуемого расселения мигрантов;

-обеспечение пропорциональности развития областного рынка жилья и рынка труда в аспекте миграционной мобильности населения;

-решение проблем, связанных с нелегальной миграцией.

Благодаря данным мерам Рязанская область останется привлекательным регионом для внешних мигрантов и жителей других областей Российской Федерации. Этому также будет способствовать её выгодное географическое положение и близость к Московской области и городу Москве.

Основой региональной миграционной политики на перспективу должно стать комплексное решение поставленных задач, учет региональных особенностей миграционного развития области на базе взаимодействия органов государственной власти с институтами гражданского общества, координации совместных действий законодательных и исполнительных органов государственной власти.

Литература:

1. Стратегия долгосрочного социально-экономического развития Рязанской области до 2025 года. Портал Правительства Рязанской области [Электронный ресурс] <http://ryazangov.ru/>.

II. ЭКОЛОГИЯ, ПРИРОДА И ОБЩЕСТВО

Е.И. Боева

*Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск*

НАИБОЛЕЕ ОПАСНЫЕ ЯВЛЕНИЯ ПОГОДЫ НА ТЕРРИТОРИИ ЛУГАНЩИНЫ

Особенности географического положения Луганской области создают предпосылки для проявления в ее пределах неблагоприятных метеорологических явлений и процессов. Область является очагом формирования и возникновения наиболее опасных явлений погоды, таких как: суховеи, засухи, пыльные бури, бездождевые периоды. Ежегодно на территории Луганской области наблюдается до 50 проявлений неблагоприятных явлений погоды.

Вся территория области относится к району повышенного суховеино-засушливого режима. Наступление засухи объясняется продолжительным дефицитом осадков при повышенном температурном режиме, вследствие чего исчерпываются запасы влаги в почве за счет испарения и транспирации. Для территории Луганской области характерны длительные засухи, особенно когда весенняя засуха переходит в летнюю и длится несколько месяцев. В результате длительных метеорологических наблюдений были выделены виды засух, характерных для территории Луганщины: атмосферная, почвенная, смешанная. В основном на всей территории области преобладают атмосферные и почвенные типы засух, возникающие при значительном недостатке влаги в верхних слоях почвы. При этом почва пересыхает, значительная часть корней растений отмирает, растение в результате этого угнетается или гибнет [3, с. 93-95].

Еще одним неблагоприятным явлением, характерным для Луганской области являются суховеи – это горячие сухие ветры, имеющие скорость более 5 м/с. Это явление погоды очень часто наблюдается на Луганщине. За теплое время года, по различным данным число дней с суховеями составляет от 7 до 24 [2,3]. Наиболее часты суховеи на территории Луганщины в июле-августе, но в отдельные годы это явление может наблюдаться и весной, и в первую половину лета. По различным данным их количество составляло в 1938 году – 60, 1945 – 1, 1980 – 20, 2005 – 15, 2010 – 12 [2,3,4]. Суховеи бывают однодневные и в течение нескольких дней подряд. Однодневные суховеи менее опасны для сельскохозяйственной деятельности, а продолжительные, особенно если они наблюдаются не только днем, но и ночью, нередко являются губительными.

Также опасными явлениями погоды на территории региона являются пылевые или черные бури, которые возникают в условиях засушливой погоды и во время усиления скорости ветра до значений, при которых происходит

выдувание с подстилающей поверхности частиц пыли или песка, то есть, это явление сопровождается переносом большого количества пыли или песка, а также отмечается ухудшение видимости. Луганская область является районом распространения пылевых бурь. На образование пылевых бурь влияют: структура и степень увлажненности почвы, наличие и структура растительного покрова, орографические особенности территории. Масштабы ущерба, нанесенного пылевыми бурями, определяются как их продолжительностью, интенсивностью, частотой, так и размерами территории, которую они охватывают. Продолжительность пылевой бури изменяется в широких пределах – от четверти часа до нескольких суток [4, с.97]. В холодный период года пыльные бури более длительные, чем в теплый. Летом вероятность их возникновения незначительна, это связано с тем, что поверхность почвы покрыта растениями.

Луганская область характеризуется отсутствием осадков в течение длительного периода времени. Первые дни бездождевых периодов, следующие непосредственно за периодами с дождями, не представляют опасности для развития сельскохозяйственных культур. При длительных периодах отсутствия осадков в среднем к десятому дню устанавливается устойчивый режим температуры и относительной влажности, после чего бездожде оказывает уже отрицательное влияние на состояние растений, особенно в фазах цветения и формирования колоса. Территория Луганщины подвержена частым периодам отсутствия дождей, что можно пронаблюдать по данным Луганской метеорологической станции. Наибольшая повторяемость бездождевых периодов на территории области составляет от 1 до 20 и 30 до 40 дней, менее всего периоды отсутствия дождя наблюдаются в течение 61 – 70 и 71 – 80 дней[1, с.129].

Описанные выше явления погоды представляют собой крайнюю опасность для сельского хозяйства Луганщины. Отсутствие метеорологических наблюдений и несвоевременное принятие мер по предупреждению негативного их влияния может привести к катастрофическим последствиям социально-экономического характера.

Литература:

1. Агроклиматический справочник по Луганской области (1986 – 2005 гг.) – Луганск : Виртуальная реальность, 2011 – 216 с.
2. Бучинский И.Е. Засухи, суховеи, пыльные бури на Украине и борьба с ними / Е.И. Бучинский. – К.: - Урожай, 1970, 180 с.
3. Конопля Н.И. Климат Луганской области / Н.И. Конопля. – Луганск: Русь, 1998. – 128 с.

4. Логвинов К.Т. Опасные явления погоды на Украине / К.Т. Логвинов. – Гидрометеиздат, 1972. – 97с.

*Е. Гребенюк
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск*

ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПАЛЕОГЕНОВЫХ ХЕЛОНИИД ПО ОТДЕЛЬНЫМ ЭЛЕМЕНТАМ ПАНЦИРЯ

Современные морские черепахи-хелонииды представлены пятью родами. На протяжении палеогенового периода (66-23 млн. лет назад) это была не менее разнообразная группа морских рептилий. Эти животные водились в мелком теплом море, части океана Тетис (до олигоцена) или Паратетис (с олигоцена), которым была занята большая часть Луганщины. Остатки хелониид известны из четырех местонахождений палеогенового возраста севера Луганщины, из одного из которых (Иково) описаны сразу 4 рода [1]. К сожалению, большая часть остатков этих черепах представлены лишь разрозненными костями, из которых преобладают кости панциря, которые редко используются для определения таксонов. Однако, большинство элементов панциря варьируют в строении среди палеогеновых хелониид. Поэтому, в качестве цели нашего исследования мы поставили обобщение сведений об определении палеогеновых хелониид по отдельным костям панциря. Источником информации являлись описания других исследователей, изображения в литературе [2-8] и фотографии *Argillochelys* Lydekker, 1889, предоставленные Р. Хираямой, за что мы ему очень благодарны.

Ниже мы перечисляем признаки, отличающие элементы панциря разных палеогеновых хелониид. Первый признак: поверхность карапакса глубоко скульптурирована концентрическими извилистыми бороздами. Этот признак известен у *Ashleychelys* Weemset Sanders, 2014, *Carolinochelys* Hay, 1923, *Glarichelys* Zangerl, 1958 и *Osonachelus* de Lapparent de Broin et al., 2014 [4, 5, 7]. В строении загривковой пластинки таким признаком является наличие постнухальных фонтанелей. Небольшие постнухальные фонтанели у зрелых особей имеются только у палеогеновых *Erquelinnesia* Dollo, 1886 [8]. Далее отметим два признака, обусловленных наличием фонтанели между латеральным краем загривковой и медиальным краем I краевой пластинки: латеральные края загривковой пластинки частично свободны, I-е краевые пластинки имеют свободный медиальный край, что характерно для всех палеогеновых хелониид, кроме *Carolinochelys*, *Erquelinnesia*, *Puppigerus* Cope, 1870 и *Tasbacka* Nessov, 1987 [3-5, 7, 8]. Невральные пластинки, гио-, гипо- и ксифипластроны с краниокаудально ориентированными гребнями или утолщениями известны у *Argillochelys*, *Ashleychelys* и *Glarichelys* ([4, 7]; фото *Argillochelys* от Р. Хираямы). Вытянутые невральные пластинки с примерно одинаковыми кранио-латеральными и каудо-латеральными краями отмечаются

только у *Glossochelys* Seeley, 1871 [8]. Число невральных пластинок увеличено, они все короткие у *Procolpochelys* Hay, 1908 [7]. I-е краевые пластинки сильно выгнуты вперед только у *Osonachelus* [5]. II-е краевые пластинки имеют латеральное углубление только у *Carolinochelys* [7]. Супрапигальные пластинки имеют свободные края у всех сравниваемых таксонов, кроме *Puppigerus* *Tasbacka* [2, 6]. Пигальная пластинка контактирует с последней супрапигальной незначительно (небольшой перемычкой) у “*Allopleuron*” *qazaqstanense* Karletal., 2012, *Ashleychelys*, *Catapleura* Cope, 1869 и *Glarichelys* [3, 4, 7, 8]. Каудальный край пигальной пластинки имеет вырезку только у *Erquelinnesia* [8]. Гио- и гипопластроны широко контактируют друг с другом у *Carolinochelys*, *Catapleura*, *Erquelinnesia*, *Puppigerus* и *Tasbacka* [2, 6-8]. Гио- и гипопластроны сильно сужены у *Osonachelus* [5]. Ксифипластроны с длинным параллельным медиальным краем у *Argillochelys*, *Catapleura*, *Puppigerus* и *Tasbacka* ([2, 6, 8]; фото *Argillochelys* от Р. Хираямы). Следует отметить, что у многих таксонов часть признаков неизвестна в связи с отсутствием в голотипе или ассоциированных материалах некоторых элементов панциря.

Результаты определения по этим признакам должны быть использованы с осторожностью в связи с тем, что остается вероятность существования еще неописанных таксонов хелониид, которые могут присутствовать в коллекциях. Кроме того, часть из этих признаков свойственны только зрелым особям и кости молодых особей для определения не годятся. Также, в коллекциях могут присутствовать кости панциря других групп черепах. Например, у *Osonachelus* есть ряд гомоплазий, сближающих его с дермохелиидами [5]. Очень важен стратиграфический критерий при определении остатков, так как многие позднемиоценовые, палеогеновые и неоген-антропогеновые черепахи имеют похожие признаки, которые зачастую развиваются независимо. К примеру, кроме палеогеновых *Ashleychelys*, *Carolinochelys*, *Glarichelys* и *Osonachelus* глубокую скульптуру панциря имеют меловые *Glyptochelone* Dollo, 1903 и *Peritresius* Cope, 1870, и миоценовые *Trachyaspis* Meyer, 1843 [5, 7].

С использованием полученных результатов, нами изучены коллекции хелониид из местонахождений Крыма (Ак-Кая, бартонский ярус), Луганщины (Краснореченское, Криничное, лютетский ярус) и полуострова Мангышлак (Куюлус, бартонский ярус). Часть невральных пластинок, гио- и гипопластронов из Ак-Кай и Куюлуса ассоциированы с *Argillochelys*, фрагменты костей карапакса из Краснореченского – с *Osonachelus*, I краевая пластинка из Криничного – с *Puppigerus*.

Авторы благодарят Н.И. Удовиченко и А.В. Братишко за предоставление части материалов хелониид для исследования.

1. Литература

2. Звонко Є. Нові дані про місцезнаходження й таксономічне розмаїття еоценових крокодилів і черепах України / Є. Звонко // Палеонтологічний збірник. – Львів, 2011. – № 43. – С. 107–120.

3. Несов Л. А. О морских черепахах палеогена южного Казахстана и филогенетических соотношениях Toxochelyidae и Cheloniidae / Л. А. Несов // Палеонтологический журнал. – 1987. – № 4. – С. 76–87.
4. Karl H.-V. New materials of the giant sea turtle *Allopleuron* (Testudines: Chelonioidae) from the marine Late Cretaceous of Central Europe and the Palaeogene of Kazakhstan / H.-V. Karl // Studia Salmanticensia. – 2012. – Vol. espec. , № 9. – P. 153–173.
5. Karl H.-V. The fossil reptiles (Reptilia: Chelonii, Crocodylia) from the marine Early Oligocene of the Weissester Basin (Central Germany: Saxonia) / H.-V. Karl // Studia Geologica Salmanticensia. – 2007. – № 43. – P. 25–66.
6. Lapparent de Broin F. de, Murelaga X., Farrés F. et al. An exceptional cheloniid turtle, *Osonachelus decoratanov*. gen., nov. sp., from the Eocene (Bartonian) of Catalonia (Spain) / F. de Lapparent de Broin, X. Murelaga, F. Farrés, J. Altimiras // Geobios. – 2014. – № 47 (3). – P. 111–132.
7. Moody R. The taxonomy and morphology of *Puppigerus camperi* (Gray), an Eocene sea turtle from northern Europe / R. Moody // Bulletin of the British Museum (Natural History), Geology. – 1974. – № 2. – P. 153–186.
8. Weems R. E., Sanders A. E. Oligocene pancheloniid sea turtles from the vicinity of Charleston, South Carolina, U.S.A. / R. E. Weems, A. E. Sanders // Journal of Vertebrate Paleontology. – 2014. – № 34 (1). – P. 80–99.
9. Zangerl R. Two toxochelyid sea turtles from the Landenian sands of Erquelinnes (Hainaut), of Belgium / R. Zangerl // Institut Royal des Sciences Naturelles de Belgique, Memoirs. – 1971. – № 169. – P. 1–32.

Капустин Д.А., Кущенко А.В., Корон Г.В., Швыров В.В.

*Луганский университет
имени Т.Г. Шевченко, г. Луганск,
Луганский университет
имени В. Даля, г. Луганск*

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗРАБОТКИ МНОГОТОПЛИВНЫХ КОТЕЛЬНЫХ УСТАНОВОК

Для обеспечения энергонезависимости ЛНР наиболее перспективным представляется масштабное освоение отечественных органических топлив, модифицированных для обеспечения высоких экологических показателей, в связи с чем сырьевой базой следует считать районированные здесь низкосортные угли.

Способы сжигания угля в топках котлов различны и связаны в первую очередь с фракционным составом и качеством топлива. Среди них можно выделить следующие [2, 4]:

- слоевое сжигание (кусковой уголь);
- сжигание в кипящем слое (мелкодисперсный уголь);

- факельное сжигание (тонкодисперсный уголь);
- сжигание в виде водоугольного топлива (водоугольной суспензии);
- комбинированное сжигание с другими видами топлива: газом, мазутом.

На основании вышеперечисленных способов сжигания угольного топлива актуальной задачей является обеспечения работы котельного агрегата в различных режимах и его снабжение устройствами подачи каждого класса угля.

Перспективной представляется возможность совместного сжигания в кипящем слое ВУТ и мелкодисперсного каменного угля, который выполняет функцию инертного материала и одновременно надежно "подсвечивает" водоугольное топливо. Кроме того, возможна работа такого котла в слоевом режиме при снижении количества подаваемого в топку воздуха.

Данный способ сжигания при его освоении и отработке на наш взгляд открывает перспективу использования в качестве третьего топлива обводненных шламов, которые в настоящее время занимают огромные площади и наносят большой ущерб экологии прилегающих территорий. При этом обводненные шламы должны подаваться в топку на режимах работы, близких к максимальной теплоотдаче при максимальной теплонапряженности кипящего слоя [3, 5].

Все еще существует ряд нерешенных в настоящее время вопросов, связанных с определением оптимальных режимов горения в части соотношения размеров конструкции колпачковой решетки топки, коэффициента избытка воздуха, способов подавления золовыбросов и золоудаления и т.д.

Организацию работе котельной установки в различных режимах предлагается осуществить путем установки

А.Г.Крюченкова
Рязанский государственный
радиотехнический университет,
г. Рязань

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Лес является важнейшим экономическим ресурсом России. Однако существует ряд общих и специфических проблем, сдерживающих развитие лесной отрасли.

Цель данной статьи – выявление проблем развития лесопромышленного комплекса Рязанской области и определение путей их решения на основе анализа отечественной литературы, нормативно-правовой документации и электронных ресурсов.

Лесопромышленный комплекс (ЛПК) представляет собой группу производств, ориентированных на заготовку, механическую обработку и

химическую переработку древесины. Данный комплекс обеспечивает своей продукцией практически все отрасли экономики: строительство, горнодобывающую промышленность, сельское хозяйство, торговлю, машиностроение, а также удовлетворяет потребности населения в изделиях из дерева и продуктах деревообработки [4, с.6].

Как показал анализ данных статистической отчетности, ЛПК не является приоритетом национальной экономической политики. Так, по данным Рослесхоза, в Российской Федерации находится более 20 % мировых лесов, но доля продукции лесного сектора на мировом торговом рынке ничтожно мала, около 4 %. При этом 54 % всего объема экспорта приходится на круглый лес и пиломатериалы. Леса занимают более половины территории страны, но при этом доля лесного сектора в валовом внутреннем продукте составляет лишь 1,3%, в промышленной продукции – 3,7 %, а в экспортной валютной выручке страны – 2,4 %. Все эти факты свидетельствуют о том, что лесной потенциал страны явно недоиспользуется[3].

Представляется, что проблемы, сдерживающие развитие ЛПК, являются многоуровневыми. В их системе можно выделить общеэкономические и специфические проблемы промышленного и лесопромышленного комплексов России и ее регионов.

Специфическими проблемами ЛПК России выступают: истощение запасов древесины в местах расположения лесопромышленных предприятий и транспортных путей, высокий уровень нелегального оборота древесины и ущерба от лесных пожаров [3]. Кроме того, ситуация в лесной отрасли характеризуется низким уровнем рентабельности производства продукции (8-12%), высокой степенью износа основного капитала (средний возраст оборудования составляет 25 лет), низким уровнем автоматизации и механизации производства, недостаточным уровнем квалификации кадров, и как следствие, низкими темпами роста объемов производства. Заготовка леса в круглом виде (до 80% добытой древесины), невысокое качество продукции лесопиления - все эти факторы тормозят развитие отрасли, создают условия для торговли непереработанным лесным сырьем.

Специфические проблемы ЛПК Рязанской области во многом определяются проблемами ЛПК страны, а также состоянием лесных ресурсов региона, особенно после массовых пожаров 2010 г., когда огнем было уничтожено более 137000 га леса. Это самый высокий показатель по сравнению с другими субъектами РФ.

ЛПК Рязанской области характеризуют следующие проблемы, сдерживающие его развитие: традиционно высокий уровень пожарной опасности в большинстве районов области; потери лесного фонда от пожаров, вредных организмов и иного негативного воздействия; недостаточная эффективность работ по лесовосстановлению; переработка низкотоварной древесины; низкая квалификация руководящих работников и специалистов лесного хозяйства, недостаток собственного лесопосадочного материала [2].

В 2014 г. в регионе работа по лесовосстановлению существенно активизировалась. В целях предупреждения и тушения лесных пожаров

создано специализированное учреждение ГБУ РО «Пожлес». Министерством лесного хозяйства Рязанской области совместно с общественностью проведен комплекс профилактических противопожарных, лесозащитных и лесовосстановительных мероприятий, представленных в таблице [3].

Таблица – Мероприятия по лесовосстановлению в Рязанской области за 2014 г.

Наименование показателя	Ед. изм.	Всего объем	
		План	Факт
Повышение эффективности предупреждения возникновения лесных пожаров, их тушение			
Создание лесных дорог, предназначенных для охраны лесов от пожаров	км	7,0	7,0
Реконструкция лесных дорог	км	119,0	119,0
Эксплуатация лесных дорог	км	13,0	13,0
Прокладка просек, противопожарных разрывов	км	92,0	36,0
Устройство противопожарных минерализованных полос	км	1 027	1 101
Прочистка просек, уход за противопожарными разрывами	км	87,0	87,8
Прочистка противопожарных минерализованных полос	км	9 153	9 211
Мониторинг пожарной опасности и лесных пожаров	га	880 890	880 890
Повышение эффективности проведения профилактики возникновения, локализации и ликвидации очагов вредных организмов			
Лесопатологические обследования	га	3 287	3 290
Санитарно-оздоровительные мероприятия	га	9 057,4	7767,4
	м ³	962 569	900142
Уход, интенсивное лесовосстановление и лесоразведение, улучшение породного состава лесов			
Лесовосстановление, всего	га	5 976,4	5 976,0

в том числе: искусственное	га	4 085,4	4 085,0
в том числе: посадка сеянцев	га	4 085,4	4 013,0
естественное (содействие)	га	1 891	1 891

Реализация мероприятий позволит: повысить качество жизни, обеспечить удовлетворение потребностей населения в лесных ресурсах; создать дополнительные возможности для сырьевого обеспечения лесоперерабатывающей промышленности, развития малого и среднего бизнеса.

Также важно осуществить ряд мер по повышению эффективности работы отрасли: продолжить внедрение новых технологий управления лесным хозяйством, создание лесоперерабатывающих предприятий по комплексной переработке древесины, разработать целевую программу лесовосстановления и лесоразведения, активнее привлекать инвестиции в лесопромышленный комплекс региона.

Литература:

1. Стратегия развития лесного комплекса Российской Федерации на период до 2020 года. – М., 2008. –101с.
2. Государственная программа «Развития лесного хозяйства Рязанской области» на 2013-2020 годы.
3. Дороничев Д.А., Голубцова О.А., Иванова О.С. Лесопромышленный комплекс: понятия, проблемы, перспективы. – М.: Статистика России, 2010. – 118с.
4. Говорина О. В. Современное состояние и перспективы развития лесопромышленного комплекса Российской Федерации, СПб.: Реноме, 2012.
5. Регионы России. Социально-экономические показатели. Статистический сборник, 2014.–900с.

А. Магдыч
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

О МЕТАПОДИИ ПЛЕЗИОЗАВРА ИЗ ВЕРХНЕМЕЛОВЫХ ОТЛОЖЕНИЙ ЛУГАНЩИНЫ

В коллекции кафедры географии Луганского университета имени Тараса Шевченко хранится неполный метаподий крупной морской рептилии. Он включен в обломок мергеля, типичного для верхнемеловых (исключая

сеноманские) отложений Луганщины. Автор находки и местонахождение неизвестны.

Фрагмент включает в себя: I-III фаланги I пальца, I-IV фаланги II пальца и I-II фаланги III пальца. Все кости продольно расколоты. Положение – кисть или стопа, левая или правая – неясно. Фаланги однотипные, имеют форму песочных часов, существенно не изменяются в размерах и пропорциях проксимодистально, суставные поверхности почти плоские. Фаланги I пальца тоньше и короче фаланг II и III пальцев, что являлось ключом к определению их анатомического положения, см. [11]. Длина крупнейшей из фаланг (I фаланга II пальца) – 6,1 мм.

С целью определения данного ископаемого материала мы провели сравнение с метаподиями всех групп крупных пелагических морских рептилий, известных из отложений туронского - маастрихтского ярусов.

Морские черепахи надсемейства *Chelonioidea* Vaur, 1893 впервые появляются в аптском или альбском веке мелового периода [4]. В позднем мелу они были значительно более разнообразны, чем кайнозойские представители группы [2]. Среди меловых морских черепах были очень крупные формы. В строении их метаподиев наблюдаются удлинённые фаланги пальцев [12], тогда как изученный нами экземпляр имеет короткие фаланги.

Мозазавры (*Mosasauroidea* Gervais, 1853) – семейство крупных морских плотоядных рептилий, близких к варановым и змеям, появляется в туронском веке и полностью вымирает на рубеже мела и палеогена [8]. Строение метаподиев отличается у разных мозазавров. Большинство родов, такие как *Prognathodon* Dollo, 1889, известный, в том числе, из верхнемеловых отложений Луганщины (окрестности с. Крымское, верхняя часть кампанского яруса) [3], имеют удлинённые фаланги пальцев. Только роды *Mosasaurus* Conybeare, 1822 и *Plotosaurus* Camp, 1951 имеют короткие фаланги пальцев в форме песочных часов [2]. Однако, во-первых, фаланги I пальца у мозазавров очень широкие и имеют сильно вогнутый краниальный край, во-вторых, соответствующие фаланги пальцев этих мозазавров меньше, возможно, за исключением некоторых очень крупных особей *Mosasaurus*, в-третьих, фаланги пальцев *Mosasaurus* тоньше [6, 7].

Плезиозавры (*Plesiosauroidea* Blainville, 1835) – отряд морских рептилий, появившийся в рэтском веке триасового периода и вымерший на рубеже мела и палеогена [10]. В позднем мелу существовало 4 семейства этих животных: *Elasmosauridae* Cope, 1869, *Leptocleididae* White, 1940, *Pliosauridae* Seeley, 1874 и *Polycotylidae* Williston, 1908 [5]. Изученный нами экземпляр отличается от поликотилид, у которых фаланги почти цилиндрические [1]. Наибольшее сходство наблюдается с эласмозавридами, такими как *Styxosaurus* Welles, 1943 (= *Alzadasaurus* Welles et Bump, 1949) [11].

Другие морские рептилии, существовавшие в этом промежутке времени, такие как крокодилы семейства *Dyrosauridae* de Steffano, 1903 или некоторые роды бокошейных черепах, имели генерализированные метаподии, не сходные с описанным нами экземпляром [9].

Таким образом, данный ископаемый материал мы можем с уверенностью отнести к отряду плезиозавров.

Литература:

1. Albright L. B., Gillette D. D., Titus A. L. 2007. Plesiosaurs from the Upper Cretaceous (Cenomanian-Turonian) Tropic Shale of southern Utah, part 2: Polycotyliidae / L. B. Albright, D. D. Gillette, A. L. Titus // *Journal of Vertebrate Paleontology*. – 2007. – № 27(1). – P. 41–58.
2. Ancient Marine Reptiles / J. M. Callaway, E. L. Nicholls (eds.) – San Diego, New York, Boston, London, Sydney, Tokyo, Toronto: Academic Press, 1997. – 501 p.
3. Grigoriev D. V. Redescription of *Prognathodon lutugini* (Squamata, Mosasauridae) / D. V. Grigoriev // *Proceedings of the Zoological Institute*. – 2013. – V. 317, № 3. – P. 246–261.
4. Hirayama R. Oldest known sea turtle / R. Hirayama // *Nature*. – 1998. – № 392. – P. 705–708.
5. Ketchum H. F., Benson R. B. J. Global interrelationships of Plesiosauria (Reptilia, Sauropterygia) and the pivotal role of taxon sampling in determining the outcome of phylogenetic analyses / H. F. Ketchum, R. B. J. Benson // *Biological Reviews*. – 2010. – № 85. – P. 361–392.
6. Lindgren J., Caldwell M. W., Jagt J. W. New data on the postcranial anatomy of the California mosasaur *Plotosaurus bennisoni* (Camp, 1942) (Upper Cretaceous: Maastrichtian), and the taxonomic status of *P. tuckeri* (Camp, 1942) / J. Lindgren, M. W. Caldwell, J. W. Jagt // *Journal of Vertebrate Paleontology*. – 2008. – № 28(4). – P. 1043–1054.
7. Lingham-Soliar T. Anatomy and functional morphology of the largest marine reptile known, *Mosasaurus hoffmanni* (Mosasauridae, Reptilia) from the Upper Cretaceous, Upper Maastrichtian of The Netherlands / T. Lingham-Soliar // *Philosophical Transactions of the Royal Society of Geology of North America*. – 1995. – B, 347. – P. 155–180.
8. Palci A., Caldwell M. W., Papazzoni C. A. A new genus and subfamily of mosasaurs from the Upper Cretaceous of northern Italy / A. Palci, M. W. Caldwell, C. Papazzoni // *Journal of Vertebrate Paleontology*. – 2013. – № 33(3). – P. 599–612.
9. Schwarz D., Frey E., Martin T. The postcranial skeleton of the Hyposaurinae (Dyrosauridae; Crocodyliformes) / D. Schwarz, E. Frey, T. Martin // *Palaeontology*. – 2006. – № 49(4). – P. 695–718.
10. Storrs G. W. Fossil vertebrate faunas of the British Rhaetian (latest Triassic) / G. W. Storrs // *Zoological Journal of the Linnean Society*. – 1994. – № 112. – P. 217–259.
11. Welles S. P., Bump J. *Alzadasaurus pembertoni*, a new elasmosaur from the Upper Cretaceous of South Dakota / S. P. Welles, J. Bump // *Journal of Paleontology*. – 1949. – № 23(5). – P. 521–535.

12. Zangerl R. Patterns of phylogenetic differentiation in the toxochelyid and cheloniid sea turtles / R. Zangerl // American Zoologist. – 1980. – № 20. – P. 585–596.

В.И.Шелоумова
ФГБОУ ВПО «Рязанский государственный
радиотехнический университет»,
г. Рязань

ХАРАКТЕРИСТИКА ТИПОВ ГОРОДОВ С УЧЕТОМ МИГРАЦИОННОЙ ПОДВИЖНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

Любой город в процессе своего функционирования и дальнейшего развития опирается на кадровый потенциал. Значительную роль в нем играют не только постоянно проживающие граждане, но и мигранты, воздействующие на состояние территориального рынка труда.

При динамичном росте городов, развитии в них предпринимательства, инфраструктуры наблюдается возникновение дефицита трудовых ресурсов. Такие промышленно развитые центры становятся более эффективным механизмом концентрации производства и населения [2].

Под миграцией населения понимают перемещение людей по территориям, связанные со сменой постоянного места жительства и работы, приводящие к механическому приросту населения [1].

При оценке мощности миграционных потоков, наиболее интенсивным является поток из села в город. Второе место занимают передвижения между отдельными городами и между сельскими поселениями. Незначительное место отводится потокам из города в село. Таковы общие тенденции.

Миграция оказывает существенное влияние на структуру населения. Благодаря иммиграционным процессам в структуре населения повышается доля мужчин и молодежи, увеличивается рождаемость, сокращается средний размер семьи, повышается средний уровень образования населения. Но, могут возникнуть и определенные диспропорции в населении. Кроме того, повышается общая потенциальная мобильность населения. При этом могут отмечаться риски текучести кадров.

Миграционные процессы являются одной из движущих сил, которые определяют динамику и изменяют структуру расселения граждан страны. Они во многом воздействуют на эффективность использования различных видов ресурсов.

В настоящее время выделяют несколько типов городов, зависящих от миграционной подвижности населения.

В зависимости от качества управления и уровня мобильности населения выделяют так называемые город-сад, город-общечитие, город-огород, город-мираж. На первое место по качеству управления можно поставить город-сад, т.к. именно данный тип характеризует гармонично развивающийся город с

высокой подвижностью населения, находящейся под эффективным управлением со стороны органов власти. Такой тип города, как общежитие тяжелее управляем, в связи с тем, что подвижность населения очень хаотична, а со стороны государства отсутствует грамотная управленческая политика. Город-огород отличается тем, что в нем отсутствует не только грамотное управление со стороны государства, но и подвижность населения, что в совокупности ведет к стагнации. Последний тип – город-мираж является трудно воплощаемым на практике. Если считать мобильность признаком демократии, то при качественном управлении городом, все его население в принципе не будет стационарным.[4].

В зависимости от модели управления городом выделяют следующие типы городов:

Город – гражданское общество. Наблюдается возможность самопроявления свободных граждан, в том числе их мобильность, добровольность не коммерчески направленных ассоциаций и организаций. Они независимы от прямого вмешательства и произвольной регламентации со стороны государственной власти и бизнеса.

Город на пути к гражданскому обществу. Город функционирует на основе эффективных демократических основ городского управления, имеет прозрачное и подотчетное местное самоуправление, большая доля среднего класса, инвестиции в ЖКХ, транспорт, конструктивный взаимовыгодный контакт власти и бизнеса. Миграция становится основной движущей силой городского развития.

Город-комбинат. Представляет город, в котором правит крупная компания. Ситуация с миграцией неоднозначна. Миграция для части населения, занятой в компании, полностью контролирующей рынок занятости, определяется ее деловыми интересами: свободное движение менеджеров, привлечение мигрантов по необходимости, создание фонда служебного жилья, получения потребительских кредитов.

Город бюрократов-предпринимателей. Это город, в котором власть себя ведет как предприниматель регионального масштаба, использующая в качестве капитала муниципальный бюджет. Власти заинтересованы в фиксации проживающего на их территории населения. С этой целью они часто, через подконтрольные им фирмы, берутся за жилищное строительство на своей территории, извлекая из этого различные выгоды.

Город в унитарном государстве. При этом имеется тоталитарная система центральной власти, а муниципальные особенности отсутствуют. Подвижность населения минимальна и носит плановый характер [5].

Подводя итог, можно сделать вывод, что миграционные процессы и развитие городов напрямую связаны между собой. Одним из связующих их элементов выступает рынок труда. Миграция населения влияет на формирование данного рынка труда через изменение спроса и предложения рабочей силы. На рынок труда влияют практически все виды миграции. И в каждом из случаев мигрантам необходимо решать вопрос о трудоустройстве. Города, охваченные миграцией, разделяют на условные группы, в зависимости от типа, качества управления, а

также мобильности населения. Наиболее благоприятным для жизни населения является, так называемый, город-сад, т.к. благодаря эффективному управлению со стороны органов власти, город успевает гармонично развиваться, даже при высокой мобильности населения.

Литература:

1. Такижбаева О.Г., Бычкова Н.А., Шелоумова В.И. Динамика и современное состояние молодежной маятниковой миграции в Рязанской области // Молодежь, семья, общество: материалы международной научно-практической конференции, 18-19 февраля 2015 г., г. Рязань / Филиал ОАНО ВО «МПСУ» в г. Рязани. – Рязань: «Типография «Лист»., 2015. – 305 с.

2. Такижбаева О.Г., Шелоумова В.И. Особенности управления кадровым потенциалом // Современные проблемы экономики и управления в организации: Сборник тезисов докладов Всероссийской заочной научно-практической конференции (г. Рязань, 3-4 марта 2014 г.) – Рязань: Изд.-во Рязан. Радиотех. ун-та, 2014 г. – 316 с.

3. Переведенцев В. И. Методы изучения миграционного населения. - М., 2012.

4. Назарова Е. А. Особенности современных процессов миграции// Социс. - 2010. - N1 – С. 106-110.

А. Н. Токаренко
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

ИСТОЧНИКИ ПОДЗЕМНЫХ ВОД ЛУГАНЩИНЫ И ИХ ХОЗЯЙСТВЕННОЕ ЗНАЧЕНИЕ

Для густонаселенных районов с высоким уровнем урбанизации и промышленного производства актуальной является проблема охраны здоровья населения. К таким районам относится и Луганщина.

На территории Луганщины издавна известны родники с минерализованной водой, называемые в народе «святыми криницами». Разведочные работы, проводимые ПГО «Ворошиловград-геология» еще с 1930 года по настоящее время показали наличие в недрах региона ценных минеральных вод, что объясняется геологическими структурами и литологическими особенностями водосодержащих пород [2, с. 4].

Луганщина богата источниками подземных вод как искусственного происхождения – скважинами, так и естественного – родниками. На рис. 1 приведен список 50 месторождений подземных вод, из которых: 21 скважина и 29 родников. Среди родников выделяют гидрологические памятники природы (23 шт.) – это уникальные или типичные гидрологические объекты, имеющие

научную, культурно-познавательную или эстетическую ценность, и охраняемые государством [1], из них 1 заказник и 22 достопримечательности природы. Есть также источники, не имеющие статуса – 27 шт. (родников 6 шт., скважин 21 шт.).

Схема источников подземных вод Луганщины показана на рис. 1.

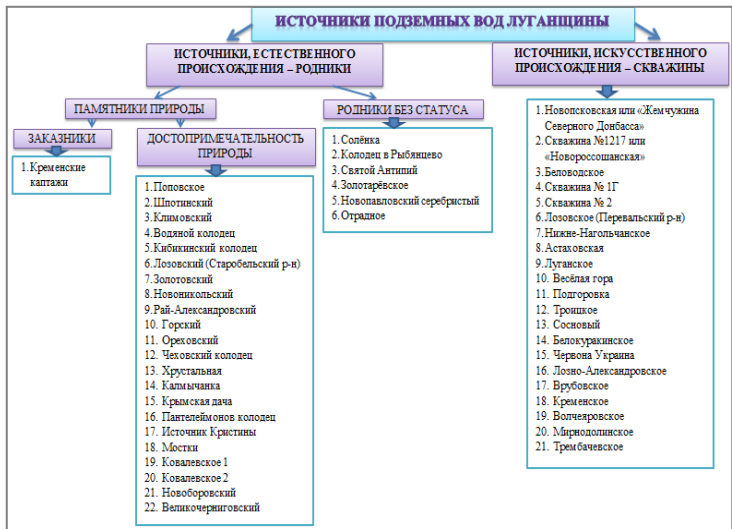


Рис. 1. Источники подземных вод Луганщины (построен автором)

Подземные воды являются особым видом природных ресурсов. Потребление воды является одним из важнейших показателей, характеризующих уровень развития водохозяйственного комплекса и структуру водопользования в регионе, а в конечном итоге – степень социально-экономического развития общества. Воды родников являются важным источником хозяйственно-бытового снабжения, используются населением в бальнеологических и рекреационных целях.

Многочисленные источники подземных вод на Луганщине издавна пользуются местными жителями в хозяйственно-бытовых целях. Во многих населенных пунктах нет централизованного водоснабжения, именно поэтому основным источником водоснабжения Луганщины являются подземные воды.

Родники, расположенные непосредственно в крупных селах, используются не только близлежащими домовладельцами, но и жителями соседних районов. Особой популярностью пользуются лечебные и святые источники. Так, вода с источников «Золотарёвское» и «Кибинский колодец» считается целебной и пользуется большой популярностью не только у местного населения, но и у приезжих с других регионов.

Источник «Крымская дача» используется в хозяйственно-питьевом водоснабжении, «Золотовское» месторождения используется для технических нужд, как питьевая не употребляется [3, с. 121-126].

Вода с некоторых источников используется на разлив и идет в продажу. Например, газированная вода «Містківська» с источника «Мостки» [4], «Астаховская» и «Должанская» с источника «Астаховская» [5].

На основе местных минеральных вод функционируют: Лозно-Александровская больница Луганская городская физиотерапевтическая поликлиника, Старобельская районная и Белокуракинская водолечебницы, детский оздоровительный лагерь «Сосновый» (Старобельский р-н), санатории «Жемчужина» (Новопсковский р-н) и «Озерный» (Кременской р-н), целый ряд профилакториев в Кременском, Попаснянском, Станично-Луганском и Словяносербском районах [2, с. 4-7].

Расширение сети лечебно-бальнеологических учреждений региона возможно за счет строительства новых водолечебниц и санаториев-профилакториев на базе минеральных вод (чему благоприятствуют эксплуатационные запасы), так и за счет уже существующих оздоровительных центров и баз отдыха. Бурение скважин и вывод минеральных вод в этих местах позволит без особых материальных затрат значительно расширить местную сеть бальнеологических учреждений и будет способствовать более эффективному лечению и оздоровлению значительного количества местного населения [2, с. 12].

Таким образом, территория Луганщины богата источниками подземных вод, большинство из них имеют специфические компоненты. Многочисленные источники имеют важное хозяйственно-бытовое значение, а в некоторых регионах используются в питьевом водоснабжении. Рациональное использование минеральных вод будет способствовать значительному расширению и развитию санаторно-курортной сети в регионе, а также обеспечивать удовлетворение потребностей населения в лечении и профилактике наиболее часто встречаемых заболеваний в данном регионе.

Литература:

1. Википедия. Свободная энциклопедия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/>
2. Жерлицин С. А. Минеральные воды Ворошиловградской области и перспективы развития лечебно-бальнеологических учреждений региона / С. А. Жерлицин, Л. И. Поставнича. – Ворошиловград: Ворошиловградский пед. ин-т им. Т. Г. Шевченка, 1986. – 15 с.
3. Природно-заповедный фонд Луганской области / О. А. Арапов, Т. В. Сова, В. Б. Ференц, О. Ю. Иванченко. Справочник. – 2-е изд. доп. пр. – Луганск: ОАО «ЛОД». – 168 с.
4. Прынь Ярослав. Эколого-краеведческий клуб «Горизонт» г.Сватово Луганской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://svatovo.lg.ua/river/voda.html>
5. Шищенко П. Г. Геосайти Луганської області: їх раціональне використання та охорона: монографія / П. Г. Шищенко, Г. О. Сорокіна. –

Луганськ: Державний заклад «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», 2008. – 184 с.

Ю.В.Пономарева, С.В. Заика
Луганський університет
імені Тараса Шевченка,
г. Луганськ

ОСОБЕННОСТИ ЭКОЛОГИИ СОВЫ УШАСТОЙ НА ЮГО-ВОСТОКЕ УКРАИНЫ

Анализ литературы показал, что сова ушастая в первой и в начале второй половины прошлого столетия была редким гнездовым, однако обычным зимовочным видом. В работах того времени, которые содержат материалы более 400 выборок, количество данных по сове ушастой не превышает нескольких десятков записей [5-7, 8].

Таким образом, доля совы ушастой в населении сов более полувека назад не превышала 10%. На территории юго-востока в это время сова ушастая известна как редкий вид [4].

Сейчас сова ушастая является самым многочисленным видом в регионе главным образом за счет зимовочных групп, образующихся преимущественно мигрирующими особями. Так, на участке в окрестностях г. Сватово площадью около 100 кв. км более 10 лет существует постоянное зимовочное скопление сов ушастых, однако на этом участке нам не удалось найти ни одного гнезда, занятого этим видом. Ближайшие гнездования (2 гнезда) отмечено в 12 км в окрестностях с. Меловатка, где также существует зимовка сов (в двух местах, не регулярно).

На территории одного только Сватовского района Луганской обл. ежегодно отмечается 5 зимовочных групп совы ушастой численностью от 5 до 20 особей каждая. В целом же нам достоверно известно о существовании 16 мест регулярных зимовок на Луганщине, и 6 - в Донецкой области. По нашим оценкам территорию юго-востока Украины ежегодно используют для зимовки около 2000 особей совы ушастой. В гнездовой период численность этого вида, вероятно, может составлять лишь десятую часть от количества сов на зимовке.

При выборе мест для гнездования сова ушастая руководствуется состоянием базы гнездового фонда, который состоит преимущественно из старых гнезд вороновых и дневных хищных птиц. Например, в окрестностях с. Меловатка на берегу пруда пара сов ушастых гнездилась в течение 2 лет. В период с 2008 до 2009 гг. пара использовала систему гнезд сороки (*Pica pica*), которые размещались на юго-западном берегу пруда. Расстояние между соседними гнездами составляло около 100 м. Гнезда располагались на таких породах деревьев, как клен и абрикос.

Основным критерием для выбора места зимовки для совы ушастой является наличие ветровой тени, защищающей птиц от холодного зимнего ветра. В этом плане лучшими породами деревьев выступают хвойные, сохраняющие листву (иголки) круглогодично. Далее идет тополь пирамидальный: густая крона, которая ориентируется вдоль ствола снизу вверх почти вертикально, создает достаточную защиту для сов. Для других пород с меньшими защитными

свойствами характерно кратковременное пребывание сов, или постоянное, если сами деревья растут в защищенном от ветра месте (например, под стенами высоких зданий).

Зимовочные скопления сов часто формируются не на одном конкретном дереве или группе деревьев, а на определенной территории, и могут включать в себя десятки деревьев различных пород. Так, многолетняя зимовка сов в парке им. Горького (г. Луганск) представлена следующей системой: единичные ели, группы туи, группы ясеня. Кроме того, в эту систему входит еще одна группа деревьев (тополь пирамидальный) на территории завода, удаленная на 2 км. Завод прилегает к противоположной стороне парка им. Горького, причем совы зимуют здесь осенью и в первой половине зимы (примерно до декабря - января). В январе - феврале хищники днюют преимущественно в первом месте.

Среди факторов угрозы для видовой популяции сов ушастых можно отметить следующие: гибель на дорогах, под линиями электропередач, прямое изъятие человеком, хищничество со стороны естественных врагов сов. Определенную опасность для сов на территории юго-востока Украины могут составить опоры линий электропередач [3], но именно для совы ушастой этот фактор не является значимым.

В гнездовой период некоторое количество птенцов этого вида ежегодно изымают из природы любители, из них определенное количество попадает на рынок зоотоваров крупных городов. Учитывая малочисленность вида на гнездовании, количество таких птенцов не превышает нескольких десятков в год для Луганщины. Больше из природы во все сезоны изымается взрослых особей сов, которых добывают таксидермисты с целью изготовления чучел на продажу.

Некоторое количество сов ушастых вылавливается крупными дневными хищными птицами и филином, однако, учитывая малочисленность последних, уровень естественной смертности этого вида не является значительным.

Итак, по всей сумме данных, сова ушастая из последних позиций в начале прошлого столетия вышла на первое место по численности среди населения сов региона юго-востока и Украины в целом. Такие изменения произошли за счет увеличения количества зимовочных групп сов ушастых в населенных пунктах, что отмечено на всей территории Европы и Центральной России [2].

Разница в численности сов в гнездовой и зимний периоды обусловлена недостаточной базой гнездового фонда территории, что позволяет быстро увеличить численность этого вида на гнездовании за счет биотехнии - создания искусственных гнездопригодных мест.

Литература:

1. Бураков Г. К. О находках сипухи и других редких видов птиц на Луганщине / Г. К. Бураков, В. Г. Сулик // Птицы бассейна Северского Донца. Вып. 6-7: Матер. 6 и 7 конф. "Изучение и охрана птиц бассейна Северского Донца". — Донецк, 2000. — С. 70.

2. Воронецкий В. И. Многолетняя динамика численности ушастой совы в центре Европейской части СССР / В. И. Воронецкий // X Всесоюзная орнитологическая конференция (17–20 сентября 1991, Витебск). Материалы конференции. — Минск: Навука і тэхніка, 1991. — С. 113–114.

3. Мацына А. И. Оценка и прогнозирование масштабов гибели хищных птиц на ЛЭП в Нижегородской области (лесная и лесостепная зона европейской части России) / А. И. Мацына // Пернатые хищники и их охрана, 2005. — № 2. — С. 33–41.
4. Панченко С. Г. Птицы Луганской области / С. Г. Панченко. — Луганск, 2007. — 137 с.
5. Підоплічка І. Г. Аналіз погадок за 1925–1929 р. / І. Г. Підоплічка // Матеріали до порайонового вивчення дрібних звірят та птахів, що ними живляться. — К.: Вид-во комісії прир.-геогр. краєзн. ВУАН, 1932. — № 1. — С. 5–76.
6. Підоплічка І. Г. Матеріали до вивчення фауни дрібних ссавців погадковим методом / І. Г. Підоплічка // Зб. праць зоологічного музею. — 1963. — № 32. — С. 3–28.
7. Підоплічка І. Г. Підсумки дослідження погадок за 1924–1935 рр. / І. Г. Підоплічка // Зб. праць Зоологічного Музею Української АН. — К., 1937. — № 19. — С. 101–170.
8. Сокур І. Т. Нові матеріали до пізнання фауни дрібних ссавців України / І. Т. Сокур // Зб. праць зоологічного музею. — 1963. — № 32. — С. 29–43.

III. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФУНКЦИИ ИСКУССТВА

Н.В. Галак

*Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск*

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА КЕРАМИКИ

Народное искусство – живое, функционирующее творчество народа. Это огромная национальная ценность, важная часть культуры. Исторически народное искусство – основа всей художественной культуры. Это ставит перед теорией и практикой ответственные проблемы не только сбережения народного искусства, но и условий для его развития – и в организационном, и экономическом, и эстетически – творческом отношении.

Нередко, к сожалению, научно несостоятельные «теории» и деляческий подход к народному искусству еще бытуют, губительно сказываясь на его творческой практике.

Разумеется, сделано и делается немало положительного. Именно опираясь на эти достижения, учитывая и развивая ценный опыт, мы сможем осуществить дальнейшее развитие народного искусства в духе передовых требований и новых задач жизни. Большая работа по укреплению и развитию творчества народных мастеров проводится Луганским центром народного творчества. Энтузиасты – народные мастера, члены клуба «Левша» плодотворно работают по восстановлению древних очагов традиционного ремесла.

Все, что было предпринято до настоящего времени для поддержания творчества народных мастеров, грозит, однако, нередко обернуться своей противоположностью, поскольку нужны уже новые меры, практически действенные, по созданию подлинно творческих условий для работы мастеров, по определению самой структуры их организации, сбыта продукции и еще по многим другим вопросам, не терпящим отлагательства.

Но для того, чтобы достичь больших результатов и избежать ошибок, необходимо иметь четкое отношение к тому, что составляет ценную сущность народного творчества. И прежде всего, иметь верное представление о нем как о неотъемлемой части современной культуры. Только правильно понимая природу развития народного творчества, можно будет точнее и вернее определить – как способствовать его развитию, как возрождать лучшие фольклорные традиции в сочетании с новыми творческими поисками [2].

В этой связи остановимся на некоторых проблемах народного искусства, обращаясь к опыту народного творчества Луганщины.

С помощью Союза художников, центров народного творчества Луганщины и их Художественных фондов многое сделано для поднятия, в частности, творческой деятельности замечательных народных мастеров – керамистов.

Особенно больших успехов достигли керамисты Луганщины Ярошко Н. – заслуженный мастер декоративно-прикладного искусства Украины, Галак Н. – народный мастер декоративно-прикладного искусства Луганщины, Зиновьев С. – руководитель Народного художественного коллектива «Керамик Арт-студии», Дворца внешкольной работы, творчества детей и учащейся молодежи г. Луганска, Детский коллектив «Гончарик», Лутугинского Дома творчества детей и молодежи, под руководством семьи Вороновых, Мастерская гончарного искусства, под руководством Блюм Т.- директора музея имени Пархоменко, села Пархояенко, Краснодонского района. Все мастера гончарного дела являются постоянными участниками многочисленных выставок и фестивалей, имеют награды и своих учеников, которым передают свои умения.

Желающих изучать гончарное дело много. В «Керамик Арт-студии» и «Гончарик» любовь к керамике прививают с пятилетнего возраста. В мастерских имеются несколько отделений, среди которых: народная игрушка, гончарство и рисование. «Гончарик» и «Керамик Арт-студии» не зря называют образцовыми детскими коллективами. Стены в мастерских украшают грамоты, дипломы, благодарственные письма. Ученики коллективов – лауреаты и победители многих всеукраинских и международных конкурсов.

Многие ребята после окончания школы, поступают в Институт культуры и искусств на отделение изобразительного и декоративно-прикладного искусства, где повышают свой уровень и продолжают принимать участие в научных конференциях, выставках и фестивалях.

Но, тем не менее, трудности развития народного искусства и острота самого вопроса «развития» на сегодня не сняты. Справедливее, видимо, будет признать, что этот вопрос во многих аспектах приобретает подчас теперь еще большую остроту, и естественно, не только на Луганщине, но и по всему СНГ.

Первая проблема – проблема новизны в народном искусстве. Она неотделима от понимания его эволюции. Народ творит свое искусство, а обновляет его время, обогащая традицию новым качеством.

Нередко между тем развитие народного искусства представляют себе однолинейно как процесс резко качественных изменений, где якобы на смену одному приходит совсем другое, такой точкой зрения стремятся оправдать, например, «опромышленение» народного искусства, называя это «новой формой» развития народного творчества[3].

Однако истинное развитие народного искусства – многослойный, постепенный, эволюционный процесс. В нем своеобразно складываются отношения того, что живет «вне времени», и того, что «во времени», нарождающегося и отживающего, всенародного и классового, коллективного и индивидуального. При этом сущностные силы народного искусства отнюдь не исчезают. Такое понимание развития народного искусства позволяет отделить в нем все живое от мертвого – глубокую содержательность, образность метафорического языка, красоту мастерства от духовной скудости упрощения, той механичности, которая подменяет порой творчество, когда оно начинает служить голой коммерции, когда художественное ремесло превращается в узкоутилитарное производство, где господствует стандарт.

Роль традиции в развитии народного искусства очень велика, можно сказать решающая. С ней передается не только мастерство, но и излюбленные образные мотивы, выразительные приемы, отражающие склад национального характера, тот духовный творческий опыт народа, который потенциально является ценным достоянием всего человечества [2].

Важно и другое: что народное искусство - это самостоятельная деятельность, самостоятельное мышление, не подражательное и не механическое. Оно развивается по своим законам. Все влияния и заимствования остаются в нем в слое внешнего, не затрагивающие сущности народного и только преобразаясь согласно этой сущности, особо важное привнесенное может входить в глубины народного состояния, формируясь в традицию. Поэтому все истинно новое в народном искусстве рождается только как новое в самом содержании. Искусственно вводимые новшества опасны для народного искусства, а порой и смертельны. Вторгаясь, как новизна чужеродная, эти новшества ломают не только художественный язык искусства, но и художественное видение народного мастера – разрушается школа.

Главным в развитии народного искусства всегда остается закон преемственности традиций, в то время как при определенном важном значении традиции в профессиональном искусстве, как и в искусстве самодеятельном, действует другой закон – закон независимости в выборе традиций.

Новое в профессиональном декоративном искусстве появляется часто взрывчато, оно, как правило, острее, динамичнее входит и в творчество художника, но тем не менее может и не оставить следа в общем пути развития искусства.

В этой связи встает вторая проблема, она приобретает огромную важность и ответственность в перспективе современного развития народного искусства – это проблема массовости.

Понятие массовости, как правило, соединяют с характеристикой народного искусства, но чаще всего неверное толкование этого понятия применительно к народному творчеству приносит значительный вред его практике.

Так массовость, отождествляемая с доступностью в потреблении и выдвигаемая как цель, влечет промышленный вал народного «ширпотреба», мало имеющего общего с народным искусством и подрывающего его корни. Ведь массовый спрос, диктуемый модой и, как правило, влекущий поток безвкусицы, обилие мертворожденных вещей, быстро проходит, точно так же как и скоро возникает. Прибыли оказываются мнимые, поскольку подлинное народное искусство испытывает при этом тяжелые удары.

Очень важно возродить лучшие типы старой керамики, как и изделий других промыслов; они смогут послужить источником вдохновения для создания новых вещей.

Литература:

1. Власов В. Г. Новый энциклопедический словарь изобразительного искусства: В 10 т./ Виктор Григорьевич Власов. - СПб.: Азбука-Классика. - Т. 3., 2005. - С. 379.
2. Дворкина И. А. Батик. Горячий. Холодный. Узелковый/ И. А. Дворкина. – М. : Радуга, 2002. – 123 с.
3. Перелёшина И. А. Батик. От основ к импровизации / И. А. Перелёшина. – М. : Паритет, 2007. – 159 с

Е.Н. Удовенко
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

ДУХОВНЫЙ ПУТЬ И НИТИ ЖИЗНИ В КЕЛЬТСКОМ ОРНАМЕНТЕ

Культура кельтов является уникальным и поистине неисчерпаемым источником знаний, исследование которой, способно предоставить нам информацию о культурных особенностях практически всех Европейских народов. Одним из актуальных и недостаточно высветленных вопросов в художественной культуре является теоретическая разработка проблемы развития образно-стилевых особенностей кельтского орнамента. Многие исследователи, такие как А. Юбер, М. Б. Щукин, Ж. Харматта, Р. Генон, Ж. Хатт, Ф. Леру, Х. Гионварк и др., заинтересованы изучением культуры, мифологии, религии, искусства (в частности орнамента) кельтов. Элементы кельтского орнамента можно встретить в современных произведениях искусства. Они приковывают взгляд сочетанием реальных и мифологических мотивов, плавных линий и геометрических форм, выразительность художественного языка лаконичностью повествования. Исследования в интересующей нас области многочисленны и многообразны, тем не менее отсутствуют работы, специально посвященные рассмотрению специфических и разнообразных особенностей кельтского орнамента, его значение и поэтому целью данной статьи является рассмотрение и анализ стилей и значения кельтского орнамента. Перед нами стоят следующие задачи: изучение искусствоведческой литературы, рассмотрение культуры кельтов и выявление стилиевых особенностей кельтского орнамента, какие верования повлияли на значение орнамента.

Кельтский орнамент является неотъемлемой частью многовековой культуры древнего народа. В наше время он пользуется необыкновенной популярностью: люди покупают украшения, одежду с кельтской символикой, украшают этническими аксессуарами дом, а некоторые даже делают татуировки с кельтскими узорами, но далеко не все знают значение и глубокий смысл, заложенный в них.

Кельтский орнамент пришел из глубины веков, а так как древние декоративные формы были достаточно простыми, орнаменты составлялись из линий, кругов и крестов. Иногда в орнаменты добавлялись изображения птиц (культура зооморфизма была весьма распространена среди кельтов) [1].

Каждый кельтский орнамент состоит из отдельных узлов, а каждый узел - из нити жизни, которая никогда не прерывается, а переходит из одного элемента в другой.

Надо сказать, что кельты поклонялись природе, а их жрецы вели постоянное наблюдение за небесными телами и природными явлениями. Так что нет ничего удивительного в том, что линии и фигуры в орнаментах имели свое природное значение.

Например, крест символизировал четыре времени года, четыре стороны света или четыре ветра. А чтобы придать ветру в орнаменте движение, кельты отгибали концы креста на 90°. В результате получалась свастика – один из самых распространенных этнических символов древнего мира. Такая декоративная форма обозначала благословение богов и считалась хорошим предзнаменованием (в переводе с английского слово «свастика» обозначает «процветание»).

Кроме четырехконечной свастики у кельтов существует и трехконечная – трискелиз, которая когда-то имела вид трех бегущих ног, соединившихся в центре, а потом – трех спиралей. В бронзовом веке трискелиз символизировал солнце, несколько позже – переплетение стихий воды, огня и воздуха, а также гармонию и равновесие в природе. Этот символ и в наши дни актуален, и его можно увидеть на гербе острова Мэн [4].

Колесо или круг с точкой в центре считался у кельтов символом солнца и тоже часто использовался для создания орнаментов. А вот кельтский крест с пересекающимися линиями, означающими соединение всего Небесного и Земного, уже много веков символизирует в орнаменте гармонию и вселенский порядок.

Кельтский орнамент всегда был знаменит причудливо переплетающимися линиями, напоминающими руническую вязь, которые не имеют ни начала, ни конца. И в этом тоже есть некий сакральный смысл: кельты считали, что душа человека является частью мирового Духа, которая на пути к совершенству должна пройти много перерождений [3].

Линии в кельтском орнаменте есть не что иное, как жизнь, в которой имеются испытания и переплетение судеб. А значит, это некая карта духовного пути и нить жизни в орнаменте никогда не должна прерываться, а создав множество переплетений, должна соединиться с началом. Так выражается принцип непрерывности у кельтов. При этом они были уверены, что части орнаментов (узлы), состоящие из переплетенных линий, должны быть неизменны, так как их дали людям боги. Так что основные узлы орнаментов передавались из поколения в поколение без изменений.

Самый распространенный кельтский орнаментиз линий - лабиринт, который является отображением пути человека к его духовному началу – центру мироздания. Кельты наносили «лабиринт» на ритуальные предметы еще задолго до появления христианства, а после того, как в Ирландии распространилась новая вера, этот орнамент стали использовать ирландские, а потом и английские монахи в своих рукописях. Так они наглядно демонстрировали верующим путь к духовному самосовершенствованию [2].

Кельтские орнаменты были не только символическими вехами пути, но и могли отражать реально происходящие события. Это своего рода живая летопись того, что происходило в жизни отдельного человека или целого народа. Мастер, создавая узор в ознаменование какого-либо деяния, мог заложить в орнамент не только «информацию» о том, сколько героев приняло участие в событии, каков был их путь, но и кто, какие силы помогали или препятствовали героям. Однако прежде чем создать узор в камне или на бумаге, мастер выкладывал его из простой веревки, как бы моделируя свою мысль, а уже потом тщательно переносил его на подходящий материал.

Таким образом, кельтский орнамент помогает нам узнать не только о культуре кельтов, их мировоззрениях и верованиях, но и о событиях, происходящих в те времена, о судьбах людей и духовном пути. Тема кельтского орнамента необычайно широка и интересна, она требует глубокого анализа и исследования не только на уровне магистерской работы, но и диссертации.

Литература:

1. Ветров А. Кельты. Тонкие линии судьбы / Знаки № 4, 1995. С.92-94.
2. Полная энциклопедия символов / сост. В.М. Рошаль. – М.: Изд-во Эксмо; СПб.: Сова, 2003.
3. Королев К. Энциклопедия символов, знаков, эмблем. – М.: Изд-во Эксмо, 2003.
4. Шейнина Е.Я. Энциклопедия символов. – М.: ООО «Издательство АСТ»; Харьков: ООО «Торсинг», 2003.

*Д.С. Тыщук
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск*

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ НОМИНАЦИИ В РОМАНЕ Д. ХАРРИС «ШОКОЛАД»

Роман современной английской писательницы Д. Харрис снискал мировую известность не только благодаря блестящей экранизации (в 2003 году в прокат вышла одноименная картина), но и как художественное произведение: прозаический образец с необычным и интригующим названием справедливо заслуживает исследовательского внимания.

Предлагаемые литературоведческие зарисовки имеют целью представить функции художественного наименования (вывески, плаката, листовки) в романе Д. Харрис «Шоколад» как направляющей процесса последующей читательской рецепции произведения.

Теоретическая основа тезисов – в работах Ю. Кристевой [1], М.Хайдеггера [3], В. Руднева [2].

Устоявшийся ритм пуританской жизни небольшого городка Ланскне-су-Танн нарушает прибытие загадочной и уверенной в себе Вианн Роше с дочерью Анук. Мадмуазель Роше ведет кочевую жизнь и, всякий город, посещаемый ею, оставляет след в памяти – Ланскне не исключение.

Появление Роше переворачивает жизнь провинциалов с ног на голову. Вианн открывает шоколадное кафе «Небесный миндаль» во время поста, чем навлекает на себя гнев кюре Рейно...

Сюжет романа разворачивается вокруг событий, прямо или косвенно связанных с противостоянием между мадемуазель Роше и господином Рейно: если первая олицетворяет внутреннюю свободу, смелость жить по собственному желанию, счастливо, радостно, то второй – воплощение фанатичного аскетизма, мертвого консерватизма, за которыми ловко спрятано невероятное по своей силе желание жить полной, гармоничной жизнью.

До приезда прозванной злословами колдуньей Вианн в городке успешно функционировало лишь одно развлекательное учреждение – бар деспота Жозе Муската. На двери заведения посетителей встречала красноречивая вывеска:

**«БРОДЯЧИМ ТОРГОВЦАМ, ЛОТОЧНИКАМ И ЛИЦАМ
БЕЗ ЧЕТКОГО МЕСТА ПРОЖИВАНИЯ
ВХОД ЗАПРЕЩЕН
АДМИНИСТРАЦИЯ ОСТАВЛЯЕТ ЗА СОБОЙ
ПРАВО ОТКАЗАТЬ
В ОБСЛУЖИВАНИИ В ЛЮБОЙ ЧАС ДНЯ» [4, с. 39].**

Вывеска, как лакмус, проявляет не только социальный ценз-пропуск в заведение, но и открывает ограниченный примитивизм жизненной философии Муската и подобных ему, когда в человеке ценится материальное, а не душевное. Парадокс в том, что судьба в один миг может переместить гордеца в категорию тех, кому нет входа в бар... Эстетика обогащенной дополнительной семантикой вывески, предстающей в поле текста художественным знаком – демонстрация власти в обществе сомнительных приоритетов кастовости, тщеславия, презрения.

В то же время, радушная хазяйка «Небесного мигдаля» по случаю открытия заведения разместила у входа плакат дружественного содержания:

**«НЕБЕСНЫЙ МИНДАЛЬ» ОРГАНИЗОВЫВАЕТ
БОЛЬШОЙ ФЕСТИВАЛЬ ШОКОЛАДА.**

ОТКРЫТИЕ СОСТОИТСЯ

В ПАСХАЛЬНОЕ ВОСКРЕСЕНЬЕ.

ПРИГЛАШАЮТСЯ ВСЕ!!!

НАЛЕТАЙ, ПОКА НЕ ЗАКОНЧИЛОСЬ!!!» [4, с. 48].

Антагонистичный по отношению к предыдущему художественный вариант прославляет единение умеющих радоваться жизни личностей, добрых, приветливых и равнодушных людей, которые полны желанием не существовать, а жить. Светлый и чистый праздник Пасхи не оскверняется праздником шоколада, напротив – наполнившись чувством внутреннего очищения, человек готов радоваться и жить интересно – развиваясь, общаясь, совершенствуя способности, ведь инициированный Вианн креативный фест сопряжен не только с дегустацией поистине божественных сладостей, в первую очередь, для жителей Ланскне – это возможность проявления талантов и отличное времяпрепровождение. Разве грешна искренность и открытость, ведь настоящая религиозность – в душе, овеянной добротой и честностью, не имеющая совершенно ничего общего с количеством машинально произнесенных культовых фраз и разрушающим отказом от дающей здоровье пищи, эмоций, впечатлений.

СИМВОЛ ПАСХИ – ЦЕРКОВЬ, А НЕ ШОКОЛАД!» [4, с. 108-109].

Выделенные курсивом художественные знаки (по Д. Харрис) маркируют страх жителей Ланскне перед переменами, ведь в устоявшейся жизни каждый из них крепко экспроприировал социальные ниши, пользуется авторитетом, а иллюзия внешней стабильности, удовлетворенности, благополучия не могут быть разменяны на проведение собственными детьми свободного времени так, как им нравится. Рядом с чистотой святости, чтобы она была действенным средством для морального очищения, должно оставаться место для обычных человеческих занятий – с разумным абстрагированием от деспотичных предрассудков, свободой выбора.

Кратко обозначив тематические векторы романа, остановимся на исключительности, с нашей точки зрения, эстетической роли самобытных текстовых сегментах прозаического образца – содержании вывески, плаката, листовки. Прочитываемые фрагменты в поле романа Д. Харрис выполняют функции художественных знаков, продуктивно иллюстрируемых и в содержании, и в форме (авторские шрифтовые манипуляции).

В работе М. Хайдеггера «Бытие и время» представлена самодостаточная концепция знака как социокультурного явления. Он отмечал, что «собственно знак главным образом является средством, чей специфический характер содержится в указывании» [3, с. 17]. «Знак обращен к рассмотрению очерченного обращения, а именно так, что следующее его указание, сопровождая, вводит конкретный круг окружающего мира в «специальный» осмотр» [4, с. 17]. По Ю.Кристева, «знак, по определению, это репрезентация, которая предполагает систему коммуникативного обмена, который, в свою очередь, предполагает существование знака» [1, с. 91].

Знак по своей сути – явление уникальное: избрав звеном сосредоточения момент, пребывающий в определенных связях с реальной действительностью, он не указывает на что-то конкретно определенное, но стимулирует работу мысли реципиента, направленную этим знаком. В произведении из подобных знаков соткан текст, являющийся «воплощенным в предметах физической реальности сигнал, передающий информацию от одного сознания к другому и потому не существует без воспринимающего его сознания» [2, с. 10].

Реализуясь в роли объединяющего элемента – сообщения в художественном коммуникативном акте, результат эстетической номинации не только детерминирует глубинное проникновение мысли читателя в пласты текста, но и стимулирует к рефлексии воспринятой текстовой информации на собственный внутренний мир. И текст объявления, и вывески, и листовки знакомят читателя с образами героев романа, их жизненной позицией, сохраняя при этом незаполненную смысловую нишу – место для появления субъективного читательского мнения.

То есть, вывеска, плакат, листовка, приобретающие в романе амплуа эстетических знаков, направляют читательскую мысль на качественно новое осмысливание моральных сентенций, очерченных содержательным планом анализируемых литературных средств.

Литература:

1. Кристева Ю. Избранные труды: Разрушение поэтики / Ю. Кристева / Пер. с фр. – М.: «Российская политическая энциклопедия», РОССПЭН, 2004. – 656 с.
2. Руднев В.П. Прочь от реальности: Исследования по философии текста. II. – М.: «Аграф», 2000. – 432 с.

3. Хайдеггер М. Бытие и время / М.Хайдеггер / Пер. и сост. В.В. Бибихина. – М.: Республика, 1993. – 447 с.
4. Харрис Д. Шоколад / Д. Харрис . – М. : «Эксмо», 2003. – 239 с.

Л. И. Ракитянская
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

ТРАДИЦИИ ПЕТРИКОВСКОЙ РОСПИСИ В ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОМ ИСКУССТВЕ

Декоративно-прикладное искусство - один из видов художественной деятельности, который охватывает различные отрасли творческой деятельности, направленной на создание художественных изделий с утилитарными и художественными функциями. Собирательный термин, условно объединяет два обширных рода искусств: декоративное и прикладное. В отличие от произведений изящного искусства, предназначенных для эстетического наслаждения и относящихся к чистому искусству, многочисленные проявления декоративно-прикладного творчества могут иметь практическое употребление в повседневной жизни [1].

Подробно исследовали историю развития Петриковской росписи Лидия Ивановна Яценко и Виктор Яковлевич Соловьев. Особенности техники выполнения росписи в своих работах рассматривали В.С.Кузин, В. Соколенко, Е.А.Антонович, Прасковья Хома.

Актуальность темы состоит в том, что на сегодняшний день происходит процесс возрождения и развития различных техник декоративно-прикладного искусства, где особого внимания заслуживает Петриковская роспись. Яркие насыщенные узоры, в основном цветочные мотивы, которые ранее использовались в настенной живописи, раскинулись сегодня цветущим садом на фарфоровой посуде, деревянных изделиях, шелковой ткани – стали модным украшением современного домашнего интерьера.

Целью данной статьи является исследование исторического аспекта развития Петриковской росписи как разновидности декоративно-прикладного искусства.

Задача:

- исследовать особенности Петриковской росписи, орнаментику, ее характерный колорит;
- рассмотреть творчество известных мастеров.

Живописная деревня Петриковка (ныне Днепропетровская обл., Украина) была основана в XVIII веке полтавским казаком Петриком как зимовник. С 1772 года она начала бурно развиваться, в чем огромную роль сыграл последний кошевой атаман Запорожской Сечи Петр Калнышевский. После

ликвидации Сечи селу удалось избежать крепостничества, что благотворным образом сказалось на развитии народного творчества.

Некоторые исследователи считают, что Петриковская роспись берет свое начало со времен язычества, когда люди поклонялись древним богам и верили в оберегающую силу природы. Так, например, рябина долгое время была защитницей дома у древних славян. Ее гроздья нередко встречаются в узорах Петриковских мастеров. Папоротник, часто используемый в Петриковских орнаментах, издревле считался покровителем воинов, источником мудрости и богатства.

Роспись выполнялась с помощью подручных средств и материалов. Основными из них были: мел, сажа, цветные глины и самодельные растительные краски. Последние изготавливались способом вываривания из различных трав, листьев, ягод и цветов [2].

К старшему поколению Петриковских мастеров принадлежат Татьяна Пата, Арина Пилипенко, ее сверстница Надежда Белоконь, Полина Глущенко, и более молодые мастера Анна Исаева и Надежда Тимошенко.

Все они сформировались как творческие личности на протяжении первой трети столетия, в пору развития местного рисования как изобразительного фольклора, когда рисовали пышные цветистые "цветки" на грунте стены (рисованные печи), а позже - на бумаге (малевки - фрагменты росписи печей, полотенца, наличника), были неотъемлемой частью общего декора традиционного жилья. Целостное фольклорное мироощущение, представленное сквозь призму собственной индивидуальности мастера, - характерная фундаментальная художественная черта этого поколения [3].

Используя природные краски, народные мастера села Петриковка начинали долгий путь своего развития с росписи собственных домов, на побеленной стене украинской хаты-мазанки. Украинские хозяйки, их называли «чепурушками», украшали печи, стены и внешний фасад своих домов цветным узором, соревнуясь между собой в самой красивой и яркой росписи. Петриковская роспись богата сложными элементами в рисунке, цвете и тоне. Основным элементом живописи был цветочный орнамент – изображение окружающей природы, существующих и вымышленных растений. Так Петриковские мастерицы передавали свою любовь к родному краю. Технология изготовления краски была проста и в то же время уникальна: яичный желток, размешанный с соком. Естественно, такая краска недолговечна, и раз в год или к праздникам приходилось перекрашивать. И с каждым разом узор был еще более красивым и эксклюзивным.

Уже в начале XIX века Петриковская роспись распространилась на предметы домашней утвари - посуду, столы, сундуки, брочки. Спрос рождает предложение, и роспись стала занятием для целых семей, продававших свои работы на базаре. Петриковка тех времен - это крупный торговый центр, и работы сельских художников завоевали заслуженную популярность в других регионах Украины. Возросший спрос на Петриковскую роспись, в частности на «малевки», вызывал естественное стремление не только его удовлетворить, но и изыскивать более высокие требования к самой технике исполнения и к художественному уровню самих «рисунков - малевок». Занятие Петриковской росписью постепенно становилось уделом наиболее квалифицированных народных мастеров, избравших рисование профессией. И уже к началу XX века бытовой декор прочно утвердился как самобытный жанр народного искусства.

На сегодняшний день, Петриковская роспись в своей основе содержит цветочные мотивы, преимущественно полевые: ромашки, васильки, мальвы, пионы, веточки калины. Традиции нанесения Петриковского орнамента остаются неизменными. Петриковские художники выполняют роспись на бумаге, дереве, ткани, стекле, керамике и металле. Нынешние мастера Петриковской живописи используют маслянистые краски, гуашь и подлачную технологию росписи. В результате смешения различных культур современная Петриковская живопись наносится преимущественно на черный фон. Яркий цветочный рисунок на темной основе выглядит очень эффектно.

Таким образом, сегодня Петриковская роспись, как и сотни лет назад, не утратила своей популярности и актуальности. Она по-прежнему востребована и широко используется в дизайнерских работах для декорирования с целью создания традиционного украинского стиля, который имеет особое настроение и создает неповторимую атмосферу.

Литература:

1. Власов В. Г. Новый энциклопедический словарь изобразительного искусства: В 10 т./ Виктор Григорьевич Власов. - СПб.: Азбука-Классика. - Т. 3., 2005. - С. 379.
2. Глухенькая Н. Петриковская декоративные росписи / Наталья Александровна Глухенькая. - К: Искусство, 1965.
3. Глухенькая Н. Петриковская мастера декоративного росписи / Наталья Александровна Глухенькая. - К: Государственное издательство изобразительного искусства, 1965.

ИСКУССТВО ВЫШИВКИ ЛЕНТАМИ, КАК ОДНОГО ИЗ ВИДОВ ДЕКОРАТИВНО – ПРИКЛАДНОГО ИСКУССТВА

Декоративно-прикладное искусство (от лат. *decoro* - украшаю) - раздел декоративного искусства, охватывающий создание художественных изделий, имеющих утилитарное назначение.

Произведения декоративно-прикладного искусства отвечают нескольким требованиям: обладают эстетическим качеством; рассчитаны на художественный эффект; служат для оформления быта и интерьера. Такими произведениями являются: одежда, плательные и декоративные ткани, ковры, мебель, художественное стекло, фарфор, фаянс, ювелирные и другие художественные изделия. В научной литературе со второй половины XIX века утвердилась классификация отраслей декоративно-прикладного искусства по материалу (металл, керамика, текстиль, дерево), по технике выполнения (резьба, роспись, вышивка, набойка, литьё, чеканка, интарсия и т. д.) и по функциональным признакам использования предмета (мебель, посуда, игрушки). Эта классификация обусловлена важной ролью конструктивно-технологического начала в декоративно-прикладном искусстве и его непосредственной связью с производством [1].

Исследованием истории развития вышивки лентами занимались Анастасия Кунинец, Леся Нивин, Артур Галкин.

Актуальность темы заключается в том, что на сегодняшний день происходит процесс возрождения различных техник декоративно-прикладного искусства, где особое внимание заслуживает вышивка как разновидность ручной работы. Изящество вышивки и ее разновидностей привлекают внимание как поклонников народного творчества, так и ценителей эксклюзивной красоты – современных дизайнеров и модельеров.

Целью данной статьи является рассмотрение особенностей развития и искусство вышивки лентами, как одного из видов декоративно-прикладного искусства.

Задачи исследования:

- изучить работы исследователей, которые занимались рассмотрением данной темы;
- рассмотреть художественно-выразительные средства вышивки;
- раскрыть исторический аспект развития вышивки.

Как известно, шелк впервые стал изготавливаться более четырех тысячелетий назад в Китае. Однако, сама вышивка лентами, появилась только в XIV веке, во Франции.

Именно тогда европейцы научились производить шелковую нить, благодаря чему смогли создавать уникальные наряды для представителей аристократии. Тогда же в моду вошли богато украшенные камзолы и плащи с золотыми лентами. Шелк был не менее дорогим материалом, чем золото, поэтому он также использовался для этих целей [3].

Больше всего разнообразные галуны и позументы из лент были популярны во дворе Людовика XIV. Роскошно расшитыми лентами украшалось буквально все – от обуви до нижнего белья. Поэтому вышивка стала элементом элегантного рукоделия, а каждая мастерица старалась создать наиболее реалистичное изображение цветка.

Франция всегда была законодательницей моды, поэтому вскоре вышивка шелковыми лентами стала популярна везде.

Особым шиком считался расшитые мелкими цветочками из лент лиф платья, между которыми вплетался жемчуг, горный хрусталь, а у особо богатых особ – бриллианты.

Вышивка лентами привлекательна, в первую очередь, тем, что рисунок на ткани выходит очень реалистичным и объемным. Поначалу крошечными шелковыми бутончиками и листиками украшали лифы дамских платьев, вплетая в петельки лент жемчуг и сверкающие драгоценности.

Вышивкой лентами украшают одежду и аксессуары (сумки, ремни, пояса, зонты, перчатки, платки, обувь), различные предметы декора (тюль, подушки, покрывала, рамки для фотографий, картин, абажуры, скатерти, подхваты). Очень изысканно и неповторимо смотрятся пригласительные открытки, свадебные фотоальбомы, подушки для колец, подарки, оформленные вышивкой лентами.

Праздничный стол украшают лентами и на Западе. Символами рождественских праздников считаются банты и красные ленты, которые прикрепляют к входным дверям перед Рождеством и Новым годом. В нашей стране сложился обычай перевязывать конверты с новорожденными розовыми и голубыми лентами, а автомобили свадебного кортежа украшать лентами разных цветов.

Вышивка лентами – один из самых интересных видов рукоделия, этот вид считается объемной вышивкой. Ленты придают нужный объем. Кроме шелковых лент, в вышивке используют так же атласные, жатые, ленты из органзы, декоративные шнуры, плиссированные ленты, ленты с проволочными каемками. Кроме того, можно сочетать различные виды вышивок, например вышивку лентами с вышивкой бисером и бусинами или мулине.

Лучшими для вышивки являются специальные шелковые ленты, которые можно купить в специализированных магазинах либо заказать в интернет-магазине, но такие ленты встречаются довольно редко, чаще продают синтетические или атласные. Кроме лент, при создании работ можно использовать тонкие шнуры, ленточную пряжу, сутаж.

Для вышивки атласом лучше использовать ленты шириной не более 1,2 см. Если брать ленты большей ширины, то при выполнении вышивки потребуются

приложение значительных усилий при протягивании их через ткань. Поэтому широкими лентами лучше пользоваться при изготовлении цветов путем складывания или кручения ленты, которые затем пришивать к основе [2].

Выбирая ленты для вышивки надо ориентироваться на их мягкость, а предпочтение отдавать материалу естественных оттенков. Не следует использовать окрашенные ленты при вышивке одежды, футляров, сумок, так как они могут полинять.

Таким образом, вышивка лентами – очень увлекательное занятие, которое стало популярным. Для этого вида рукоделия не требуется больших финансовых растрат и особых приспособлений, а все необходимые материалы можно купить в современных магазинах. Здесь применяют самые простые стежки и швы. В отличие от вышивки нитками выполнение работы с лентами занимает значительно меньше времени и не требует подбирать нити всевозможных тонов и оттенков для создания светотени – вышивка лентами сама создает объем.

Итак, любое, даже самое простое изделие может превратиться в оригинальную, элегантную и романтическую вещь с вышивкой лентами, причем ею можно украсить разнообразные предметы зимней и летней одежды: платья, жилеты, блузки, свитера, даже куртки и пиджаки.

Литература:

1. Гаврилова В. Ю. Вышивка лентами / Виктория Юрьевна Гаврилова. – Х.: Книжный клуб «Клуб семейного досуга», 2007г. – 64 с.:ил.
2. Рашупкина С. Ю. Вышивка шелковыми лентами / Светлана Юрьевна Рашупкина. – М.: Рипол Классик, 2010г. – 252с.
3. Чотти Д. Энциклопедия вышивки лентами / Донателло Чотти. – К. : «АСТ-Пресс», 2001г. – 155с.

Ю. Беляева
*Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск*

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ БАТИКА, КАК ВИДА ДЕКОРАТИВНО – ПРИКЛАДНОГО ИСКУССТВА

Одним из интересных направлений декоративно – прикладного искусства является работа с тканью – роспись по шелку. Ничто так не ценится сейчас в декоративном искусстве, как живое движение руки мастера и свободное

проявление авторского почерка. А роспись ткани даёт для этого большие возможности, она открыта для запечатления непосредственных чувств и ощущений художника, легко откликается на декоративные поиски, на разнообразие живописных и графических манер.

Актуальность исследования заключается в том, что в наше время начал расти интерес к декоративно – прикладному искусству и с помощью истории развития батика можно узнать старые техники, которые пришли к нам из разных стран.

Цель исследования – рассмотреть историю развития батика, как вида декоративно – прикладного искусства.

Задачи исследования:

- 1) Исследовать исторический аспект батика в контексте мирового искусства;
- 2) Рассмотреть развитие батика, как вида декоративно – прикладного искусства;
- 3) Раскрыть искусство батика в контексте исторического развития мирового декоративно – прикладного искусства.

Древнейший способ украшения тканей путем резервирования узора разогретым воском, парафином, смолой или другими веществами был известен во многих странах. Сохранились египетские ткани из льна и шерсти III–VIII веков с белым рисунком на синем и красном фоне. В Японии, Шри – Ланке, Перу, Иране, Армении, Азербайджане, африканских странах также бытовали приемы горячего батика.

В VI веке в Малайзии делали материал из коры дерева. Узор наносили воском, собранным у диких пчел, а окрашивали краской из красного камня или сажей это древний метод окрашивания ткани в Китае. Письменные источники сообщают, что ещё в III веке до н. э. народность мяо и некоторые другие начали применять восковую технику для создания не только индиговых, но и разноцветных тканей и достигли совершенства.

Родиной батика считается Юго – Восточная Азия. Несмотря на то, что батик пришёл к нам из Индонезии, он издавна практиковался в Китае, Японии, Индии и странах Ближнего Востока. В дословном переводе с яванского «батик» – рисование воском. Для яванского батика использовались хлопковые ткани, именно на Яве искусство росписи ткани достигло высочайшего технологического уровня изысканности. На островах яванского архипелага батик и по сей день является народным искусством, секреты владения которым передаются из поколения в поколение.

В колорите Индонезийского классического батика присутствовали цвета слоновой кости, все оттенки коричневого, и наиболее яркая краска – индиго – синий. Рецепты изготовления синей краски и самих рисунков были величайшей тайной каждой семьи мастеров. Орнаментация Индонезийского батика определяла также кастовую принадлежность. Рисунки были самые разнообразные от геометрических орнаментов до мифологических сюжетов.

В начале XVII века в Индонезию попали голландцы, именно они открыли искусство батика для Европы. Знакомство с батиком сыграло немалую роль в развитии текстильного производства в Европе. Европейцы модернизировали

батик, они создали электрические приборы для техники горячего батика. Мировая слава индонезийского батика – результат соединения уникальной техники и художественного мастерства, с которым воплощаются древнейшие узоры, тщательно сохраняемые до наших дней. Их насчитывают несколько тысяч, но учесть все возникающие варианты невозможно.

В России с древности использовали технику, подобную восковому батик. В XVI–XVII веках она достигла совершенства. Для резерва применяли, кроме воска, глину, гречневый клейстер с квасцами. Состав наносили кистями, если узор делали резными досками, то ткань называлась выбойкой восковой. Окрашивали ткань погружением в индиго – кубовым крашением, поэтому сейчас их называют кубовой набойкой.

К началу 1900-х годов батик массово производился в Германии. В начале XX века в здесь был создан батик–штифт для нанесения воска, позднее к нему присоединили элемент питания. Появились приемы многократных перекрытий воском или, наоборот, поверхностное нанесение красителей. В конце XX века популярность батика в Европе достигла своего пика.

В 1960 – е годы, под влиянием европейской и американской культуры в Индонезии стали создавать батик – картины, панно, занавесы с сюжетами, близкими западной живописи и непривычными для традиционного батика: пейзажами, фигурами людей, бытовыми сценами и абстрактными композициями.

Воспроизвести классический процесс изготовления воскового батика европейцам было сложно. Поэтому появился иной, более доступный способ работы – холодный резерв, который наносят стеклянной трубочкой, он имитировал горячий батик.

Наши надомницы в 1940 – 1950- е годы расписывали платки еще с помощью электрического штифта и парафина с добавками. В 60- е годы перешли на стеклянные трубочки и холодный резерв.

Холодный батик получил широкое распространение во многих странах в 1970- е – 80- е годы. Холодный батик в большей мере используется при нанесении краски на шелк, хотя возможно использовать и другие ткани. При этом роль резерва выполняет специальный материал. Существуют как цветные, так и бесцветные резервы. Холодный резерв наносится либо специальными инструментами — стеклянными трубочками с резервуаром, либо используется резервы в тубиках, которые оснащены удлиненным носиком.

В 1960-е годы в СССР мало кто знал слово «батик». С начала 1970-х к нему начали обращаться российские профессиональные художники по текстилю. С конца 90-х годов увлечение этим видом искусства постоянно возрастало, он стал модным и «ушел в народ».

Древний и удивительно многообразный батик сейчас занимает достойное место среди других видов декоративного искусства и широко используется, как для создания интерьерных работ, так и изделий, которые могут стать изысканным подарком. Хоть он и пришёл к нам из самой глубины веков, но до сих пор не утратил своей актуальности.

Сейчас понятие росписи по ткани разнопланово, оно включает не только восковую технологию многоэтапной окраски хлопка, но и жгутовую разновидность этого вида творчества, и узелковую, и китайскую сине – белую

окраску шелка, и японскую многоцветную высокохудожественную роспись на шелке. Причем в современной художественной среде именно последняя технология является самой популярной.

Литература:

1. Гильман Р. А. Художественная роспись тканей / Р. А. Гильман. – М. : Владос, 2004. – 134 с.
2. Давыдов С. Г. Батик: техника, приемы, изделия / С. Г. Давыдов. – М. : АСТ–Пресс, 2005. – 167 с.
3. Дворкина И. А. Батик. Горячий. Холодный. Узелковый/ И. А. Дворкина. – М. : Радуга, 2002. – 123 с.
4. Перелёшина И. А. Батик. От основ к импровизации / И. А. Перелёшина. – М. : Паритет, 2007. – 159 с.

Я.И. Кротова
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

ВИТРАЖИ ТИФФАНИ – ЭЛЕГАНТНОСТЬ И ИЗЯЩЕСТВО

Витраж - это особый вид декоративно-прикладного искусства, который в сочетании с другими видами изобразительных искусств, приобретает ещё большую выразительность. Он выполняется из кусочков разноцветного стекла или на стекле специальными прозрачными красками и устанавливается в световых проемах окон, дверях, фонарях. В наше время, в связи с усовершенствованием технологий обработки стекла, расширено и понятие витраж.

Актуальность данной статьи состоит в том, что тема изготовления витражей мало изучена, но является востребованной на современном этапе и благодаря Луису Тиффани появился новый вид изготовления витража.

За время своего существования техника изготовления витражей усовершенствовалась, произошли изменения в методах обработки стекла, нанесения рисунка на стеклянную основу, технологиях соединения фрагментов витража между собой. Сейчас двумя распространенными техниками изготовления основы классических витражей являются «крепление протяжкой» и «техника Тиффани».

Одним из наиболее популярных методов изготовления витражей считается техника Тиффани, названная так в честь талантливого американского дизайнера, художника и ювелира Льюиса Тиффани, который в период с XIX по XX вв. придумал совершенно новый оригинальный метод производства витражей, отличающихся своей красотой и выразительностью.

Льюис Комфорт Тиффани родился в 1848 году в семье известного нью-йоркского ювелира и уже с ранних лет был причастен к «изящным искусствам». В 1865 году в возрасте 17 лет он совершил путешествие по

Европе. Витражи Шартрского собора в Париже произвели на него неизгладимое впечатление и пробудили интерес к стеклу. Свою художественную карьеру Тиффани начал как живописец и уже после того, как обрёл известность, стал заниматься стеклом. Первые результаты деятельности в области витражного искусства его не удовлетворили. Изготавливаемые в то время стекла не соответствовали его требованиям. Тиффани чрезвычайно ценил силу света и естественную красоту материала. По его мнению, роспись красками лишь скрывала естественную красоту стекла, лишала его эффектности и производила неприятное впечатление. Тиффани считал, что в восприятии витражей наибольшую роль играет эффект сквозного прохождения света и драгоценное сияние цветных стекол [3].

Поэтому он приобрёл стекольную фабрику и к 1900 году стал одним из известнейших производителей стекла в мире. Льюис много экспериментировал и благодаря полученным результатам стал использовать в своих работах множество натуральных оттенков, имитирующих цвет воды, неба, без дополнительной обработки. До него, никто не производил ничего подобного. На складах Тиффани находилось до 200 тонн стекла примерно 5 тысяч различных оттенков, которые были классифицированы и разложены по специальной системе.

Деятельность Тиффани добавила много новшеств в технологию обработки стекла. Он тщательно подбирал цвета, смешивая их, и если возникали сложности в получении нужного тона, складывал несколько стёкол друг на друга, достигая таким образом желаемого эффекта. Умение подбирать цвета и склонность к детализации отличали его произведения от работ других художников и являлась секретом успеха.

Техника Тиффани позволяет создавать сложные и необычные композиции, включающие в себя множество мелких деталей и изящных линий. Благодаря использованию медной фольги, элементы витража соединяются под разными углами и, в отличие от традиционного плоского витража, получается объёмный рисунок.

Производство витражей в технике Тиффани заключается не в соединении стеклянных элементов с помощью стяжки, а их спаивании оловянным припоем. Каждый кусочек стекла обтачивают, оборачивают в медную ленту, в соответствии с нужным рисунком раскладывают на кальке и спаивают с обеих сторон с другими элементами будущего витража. Завершающим этапом является покрытие готового витража патиной.

Многие работы Тиффани имеют особую притягательную силу, хотя современному зрителю они могут показаться слишком яркими и перегруженными. Когда пытаются объяснить этот эффект, невольно сравнивают произведения Тиффани с живописными картинами. Творчество Тиффани всегда находилось между реалистической манерой изображения и стилизованной, близкой средневековым витражам. Без росписи поверхности стекла он создавал витражи, которые могут сравниться только с картинами. Однако сам Тиффани не считал, что пытается копировать природу. Он интерпретировал ее глазами художника [4].

Мастерская Тиффани прекратила свое существование в 1932 году, а сам художник умер в следующем году. Сегодня в мире существует множество ателье, включающие в свое название слово «Тиффани». Они не являются прямыми продолжателями традиций Луиса Комфорта Тиффани: используя приемы и материалы, прославившие его имя, они создают собственные оригинальные произведения.

Есть такое понятие, как стиль Тиффани и его очень часто путают именно с витражами этого замечательного мастера. Отличия этих понятий состоит в том, что в первом случае просто применяются идеи изображений для ламп, а вот витражи в этой технике – это уже повторение всего процесса со времен самого изобретателя.

Сам Тиффани говорил, что его витражи – это видение мира глазами художника. Витражные композиции Тиффани обычно наполнены цветами и изображением моря, неба и солнца. В основе любого творчества лежит именно природа – в этом и заключается секрет мастера. Главная же заслуга Луиса Тиффани в том, что ему удалось внедрить эту технологию в массы, в результате чего витражи американского декоратора получили дальнейшее развитие. С тех пор много раз менялись стили, но настоящие произведения от Тиффани своей ценности не теряли.

Сегодня последователи Тиффани рассеялись по всему миру. Этот способ нашел широкое применение в изготовлении всевозможных светильников: бра, люстр, торшеров, настольных ламп, он применяется в отделке квартиры, мебели. Современные витражи в технике Тиффани выполняются по новой технологии: вместо бронзы применяют сплав пластика и металла, похожий на патинированную бронзу. Нарезанные по картону, калькам или шаблонам цветные стекла оборачиваются по краям полоской тонкой медной фольги с нанесенным на нее клеем. Затем все стекла соединяются, спаиваются между собой и облуживаются оловянным припоем и тонируются специальными препаратами. Кроме того, появляются и декоративные новшества [5].

Таким образом, благодаря Луису Тиффани появился новый вид изготовления витража. Его деятельность добавила много нововведений в технологию обработки стекла.

Литература:

1. Седман Эмма. Роспись по стеклу/ изд. Ниола-Пресс - 2008
2. Гигли Линетт. Техника росписи по стеклу/ изд. Ниола-Пресс - 2007
3. <http://www.vitroart.ru/articles/articles/328/>
4. <http://vitrazhi.kiev.ua/articles/5-chto-takoe-vitrazh-tiffani>
5. http://www.vitrage.com.ua/russian/news_vit/2006071806091153246178.html

А.В. Вьюник
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ УКРАИНСКОГО ГОНЧАРСТВА И КЕРАМИКИ

Украинская керамика имеет тысячелетнюю историю, а ее славянские традиции продолжают активно развиваться и сегодня. Ее корни уходят в эпохи неолита и трипольской культуры.

Детальным исследованием истории развития керамики занимались В. И. Василенко, И. А. Зарецкий, С. И. Лысенко, В. А. Костенская, Б. Патон, А. Шпак, И. Курас, И. Дзюба, С. Павлюк, М. Станкевич, А. Г. Митрофанов, Г. Оссовский, Биляшивский. Технологический процесс создания керамических изделий рассматривали такие ученые как И. Барыш-Тищенко, М. Голубец, Я. Запаска, М. Селивачев, М. Станкевич, Н. Некрасова, Т. Пассек, М. Пелещишин, И. Свешников. Особенности художественно-образных решений, тематику, стилистику керамики в своих трудах исследовали Т. Кара-Васильева, И. Франк, А. Блаховский, В. Деметрикевич, Я. Махник, И. Артеменко, Ю. Захарук.

Несмотря на давнюю историю, керамика остается одним из ведущих видов современного декоративно-прикладного искусства.

Актуальность темы заключается в том, что керамическое искусство не является статическим, оно меняется, обогащая свою тематику и художественно-выразительные средства. Более детальное изучение новых материалов, инструментария, технологий и средств, используемых для работы в керамике, поможет обобщить и усовершенствовать эту сферу творческой деятельности. Кроме того, особый интерес представляет украинская керамика конца XX - начала XXI в., сюжетно-тематические особенности произведений молодых керамистов, специфика их выразительных средств, формообразующие тенденции настоящего и эксперименты с новыми материалами.

Целью данной статьи является исследование развития украинской керамики и гончарства на современном этапе.

Задачи:

- охарактеризовать деятельность ученых, которые занимались исследованием истории развития керамики, технологического процесса создания керамических изделий, сюжетно-тематических особенностей;

- раскрыть особенности развития украинской керамики как вида декоративно-прикладного искусства;

- исследовать современное состояние украинского гончарства и керамики;

Характерными тенденциями, определяющими декоративное искусство начала XX в. являются новаторские формообразования, взаимодействие с

пространством, применение новейших технологий, усиление личностного начала в творчестве [2].

Преодолев долгий путь, керамика конца XX в. выходит далеко за пределы утилитарности и становится своеобразным синтетическим видом творчества, которое объединяет в себе и скульптуру, и живопись, и графику, становится на уровне среди других произведений декоративного искусства, проявляя свое разнообразие в возможности экспериментировать, благодаря конструктивным и фактурным свойствам керамических материалов - глины, фаянса, фарфора, майолики [1].

В течение всего XX в. декоративное искусство Украины сохраняло связь с историческими традициями, художественным творчеством, благодаря чему сохранило свою самобытность и успешно выступало на международной арене. В русле социальных требований времени оно развивалось в материально-практической и духовно-культурной сферах, сохраняя при этом связь с общей проблематикой изобразительного искусства.

В 90-х годах декоративное искусство особенно активно начало прокладывать новые пути, искать новые средства эмоционального выражения, одновременно решая общие формально-художественные задачи пластических искусств и архитектуры. Новаторские формообразования, взаимодействие с пространством, обращение к новейшим технологиям, усиление личностного начала в творчестве - это характерные тенденции, которые наблюдаются в декоративном искусстве этого периода [3].

Основной механизм действия народного искусства заключается в его традиционности, в отличие от искусства профессионального, в котором большую роль играет прежде всего креативность поисков, новаторство. В народном искусстве, наоборот, главным и определяющим является подражание канонов, сделанные мастерами на протяжении многих веков [3].

Народные мастера в своем творчестве на протяжении столетий отбирали только целесообразное, самое примечательное. Удачные орнаментальные мотивы, композиционные цветовые решения становились любимыми, входили в общий багаж достижений коллектива, превращаясь в традицию. Именно благодаря традиции сохраняется преемственность поколений, их непрерывная связь.

Ориентируясь на свободную пластику природных форм и плавность растительных линий, некоторые художники-керамисты отошли от живой природы. Они начали создавать обобщенные образы - метафорические или ассоциативные. В таких изделиях основной целью было передать понятия, абстрагированные от конкретики.

Новые тенденции разрушали традиционное представление о видах декоративного искусства. Заметным явлением в это время стало «размывание» традиционных жанровых границ, что привело к появлению новых формообразований. Появляются абстрактная и фигуративная живопись по керамике.

Так как в 90-е годы основными стали постмодернистское и неоавангардное направления, в развитии культуры происходит переориентация художников

декоративного искусства, переоценка ими предыдущего художественного опыта и эстетических идеалов, что ведет к углублению образно-пластических поисков нетрадиционных подходов к материалу и открытию его скрытых художественно-эмоциональных возможностей, особенно в керамике, стекле, текстиле, дереве.

Особенностью художественной ситуации 90-х годов было существование стилистических тенденций. Старое и новое, функциональное и нефункциональное, различные творческие направления, формируя элементы сложной целостности, в равной степени находили место в общем спектре художественной культуры и прочно утверждались в сфере пластических искусств [4].

Рассматриваемый период развития украинского профессионального декоративного искусства ознаменовался безоговорочными творческими достижениями, разнообразными находками в создании уникальных станково-декоративных вещей в керамике, художественном стекле, металле, текстиле, дереве и других видах.

В процессе интеграции искусств наблюдается взаимопроникновение и взаимодействие отдельных жанров и видов, утвердилось равноправие декоративного искусства с другими видами.

Декоративная керамика трансформировалась в своеобразный синтетический вид творчества, в котором активно начали использоваться так называемая биопластика, органоластика, использоваться пластические и живописные средства, фактурные возможности материалов, а иногда и приемы графики, театральной декорации. Богатое воображение и ловкая рука художника покорила этот податливый материал [4].

Современное гончарство и художественная керамика отличается большим многообразием - это абстрактные и художественные, отстраненно-бессюжетные и философские произведения, в которых мастера воплощают свое понимание мира в его временных и пространственных измерениях. [3].

Итак, профессиональная керамика конца XX в.- начала XXI века отражает эстетическую систему взглядов, представлений, критериев, существующих в современном декоративном искусстве. Произведения украинских профессиональных керамистов, сочетая современные тенденции и генетически заложенные знаково-символические системы предков, традиции народного искусства прошлого, поражают своей оригинальной трансформацией, неожиданными и, порой, парадоксальными решениями, новизной образно-пластических находок в производстве керамики.

Таким образом, современное состояние украинской керамики и гончарства характеризуется активным развитием станково-декоративного искусства, произведения которого, отличаясь пластической и цветовой экспрессивностью,

яркою індивідуальною характеристикою образів, глибоким содержанием, грають самостійну і самодостаточну роль в розвитку культури.

Література:

1. Миклашевський А.І. Технологія художественної кераміки / А.І.Миклашевський. – М.: Искусство, 1984. – 139 с.
2. Велигоцька Н. Окраса інтер'єру. Розвиток української кераміки / Н. Велигоцька, К.: Мистецтво – 1986 – 330 с.
3. Кара–Васильєва Т., Чегусова З. Декоративне мистецтво України ХХ століття. У пошуках «великого стилю» / Т. Кара-Васильєва, З. Чегусова. - К.: Либідь, 2005. — 280 с.
4. Кравич Д. П., Овсійчук В. А., Черепанова С. О. Українське мистецтво: Навч. посібн.: У 3 ч. / Передмова проф. В. Скотного. – Ч. І. – Львів: Світ, 2003. – 256 с.

IV. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Р. Е. Кривуля
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

ЭФФЕКТИВНОЕ ПОСТРОЕНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ КОМПЛЕКСОМ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОРГАНИЗАЦИИ САЛОННОГО БИЗНЕСА

Статья посвящена анализу маркетинговых коммуникаций, которые направлены на формирование потребительского спроса путем использования таких маркетинговых инструментов как реклама, паблисити, стимулирование сбыта, реклама в общественных местах и СМИ, использование различных мероприятий направленных на привлечение клиентов и формирование положительного имиджа салона красоты, персональные контакты.

Ключевые слова: маркетинг, коммуникации, салон красоты, реклама, спрос.

Салонный бизнес – бурно развивающаяся отрасль, в которой представлены различные предприятия (парикмахерские, салоны красоты, имидж-студии, студии нейл-дизайна, студии загара, косметологические центры, клиники эстетической медицины и пр.). К этой же отрасли относятся различные спортивно-оздоровительные предприятия, в том числе и фитнес-центры, а также разнообразные косметологические центры и центры по коррекции фигуры.

В тесной взаимосвязи с предприятиями индустрии красоты и здоровья работают и фирмы-производители, поставщики оборудования для салонов красоты, косметических препаратов, разработчики новых методик, фирмы, оказывающие разнообразные услуги в данной отрасли (обучение, техническое обслуживание, консультации).

Широкая популярность салонного бизнеса привлекает новых инвесторов и, в то же время, отпугивает их наличием серьезной конкуренции.

Однако на рынке действительно существует довольно значительное количество салонов, и ежегодно открывается множество новых. Наступает определенное насыщение рынка предприятиями салонного бизнеса. Как для новых «игроков», так и для уже действующих все актуальнее становится вопрос повышения рентабельности и эффективности своего предприятия. «Конкуренты не дают расслабиться». Для успеха предприятия необходимо повышать его конкурентоспособность, улучшая элементы управления, маркетинга [1, с. 34].

Создание успешно развивающегося и прибыльного предприятия салонного бизнеса – важная и непростая задача, которую ставит перед собой каждый руководитель и владелец. Однако это удается не всем.

В последние годы одновременно с возрастанием роли маркетинга повысилась роль маркетинговых коммуникаций. Недостаточно иметь хорошие продукты и услуги – для увеличения объемов их продаж и получения прибыли нужно донести до сознания потребителей выгоды от использования продуктов и услуг. Маркетинговые коммуникации позволяют осуществить передачу сообщений потребителям с целью сделать продукты и услуги компаний привлекательными для целевой аудитории [2, с. 45].

Предприятия индустрии красоты постоянно продвигают свою деятельность, пытаясь реализовать несколько целей:

- проинформировать перспективных потребителей о своем продукте, услугах, условиях продаж;

- убедить клиента отдать предпочтение именно предложенным товарам и маркам;

- осуществить покупки в определенных магазинах индустрии красоты, регулярно посещать конкретный салон красоты;

- ориентировать клиентов приобретать набор услуг, который рынок предлагает в данный момент, то есть делать услуги актуальными.

Данные цели достигаются с помощью правильно организованной рекламы, пиара, профессионально подготовленного персонала, фирменного стиля, оформления витрин, сотрудничества с известными брендами, постоянной связью с клиентами, бесплатной раздачи образцов продукции (пробников), купонов, пресс-релизов и других коммуникационных видов деятельности. Совокупность вышеупомянутых способов достижения целей называется управлением продвижением или маркетинговыми коммуникациями [3, с. 42]. Маркетинговые коммуникации могут быть или целенаправленными, как в случае рекламы и персонального взаимодействия с клиентами, или нецеленаправленными (хотя и оказывающими определенное воздействие), к которым относятся внешний и внутренний интерьер салона, паблисити и ценовая политика.

Рассмотрим понятие «управление продвижением». В английской транскрипции термин «продвижение» звучит как «промоушн» и в самом широком значении означает «продвижение вперед». В маркетинге это значение сохраняется в смысле «подвинуть» покупателя к действию. Управление продвижением имеет в своем арсенале разнообразные средства достижения целей: рекламу, паблисити, стимулирование сбыта, рекламу в общественных местах и СМИ, использование различных мероприятий направленных на привлечение клиентов и формирование положительного имиджа салона красоты, персональные контакты [4, с. 92].

Реклама связана или с использованием средств массовой информации – газет, журналов, радио, телевидения и других (например, рекламных щитов), или с прямым обращением к клиенту с помощью разнообразных интернет ресурсов. Оба вида рекламы оплачиваются рекламодателем, но считаются безличными, так как фирма одновременно обращается к многочисленным получателям, может быть, миллионам, а не беседует с одним индивидуумом или небольшой группой [5, с. 71].

Паблисити – это не персональное обращение к массовой аудитории, за которое, в отличие от рекламы, компания не платит. Паблисити – это обычно сообщение новостей или комментариев редактора в прессе о продуктах или услугах компании. Эти сведения или комментарии получают бесплатное газетное место или эфирное время, так как представители СМИ считают эту информацию своевременной или полезной для своей читательской и телевизионной аудитории. Но это возможно при условии, если кампания индустрии красоты будет постоянно проводить различные мероприятия рекламного или спонсорского характера [6, с. 42].

Постепенно маркетологи пришли к выводу, что целесообразно использовать более широкий арсенал средств связей с общественностью (паблик рилейшнз), чем паблисити. Поэтому третьим элементом коммуникационного комплекса стали считать паблик рилейшнз, а паблисити включили в его состав.

Стимулирование сбыта включает в себя все виды маркетинговой деятельности, направленные на стимулирование действий клиента, другими словами, способные стимулировать незамедлительную продажу продукта или услуги. По сравнению со стимулированием сбыта реклама и паблисити предназначены для достижения других целей, в данном случае таких, как доведение до потребителя информации о новой марке, услуге и оказание влияния на отношение потребителя к ней [6, с. 83].

Стимулирование сбыта направлено как на торговлю (товарами партнеров), так и на потребителей услуг фирм индустрии красоты. Ориентированное на торговлю стимулирование сбыта включает использование различных видов дисплеев (выставок, витрин), раздачу бесплатных образцов, скидок и вспомогательных средств, которые направлены на активизацию ответных действий клиентов в процессе выбора услуг в салоне красоты. Стимулирование сбыта, ориентированное на потребителей, включает использование купонов, премий, участие в различных конкурсах проводимых фирмой индустрии красоты, скидок и многое другое.

Реклама в салоне красоты осуществляется при помощи плакатов, надписей и ряда других средств, призванных оказывать влияние на покупательское решение в месте продажи.

Практика продвижения интересов компании и ее марок с помощью ассоциирования компании с каким-либо особым событием (выставки моды, конкурсы красоты, мастер-классы от мастеров и партнеров салона) или благотворительной акцией называется событийным маркетингом [7, с. 109].

Персональные контакты за последнее время находят все большее применение как эффективное средство продвижения и продажи. Нарботка персональных контактов – это коммуникации личного характера, в ходе которых фирма индустрии красоты создает свою постоянную клиентскую базу и тем самым формирует положительный имидж своей компании.

Тенденция к интегрированию маркетинговых коммуникаций в индустрии красоты, т. е. совместное использование рекламы, паблик рилейшнз, стимулирования сбыта, наработки клиентской базы, коммуникаций в местах продажи и общественных местах, событийного маркетинга с другими

элементами комплекса маркетинга – одно из наиболее значительных маркетинговых достижений 21 века [8, с. 96].

В заключении можно сказать, что использование маркетинговых знаний и навыков в индустрии красоты представляет собой крайне важный момент для успешной деятельности салона, так создаются устойчивые отношения, благодаря которым клиенты легко превращаются в постоянных. С помощью маркетинга салон красоты может формировать правильно ассортимент, определить своего потребителя, правильно продвигать услуги.

Литература:

1. Аксёнова К.А. Реклама и рекламная деятельность: Конспект лекций – М: Приор-издат, 2005. – 378 с.
2. Борисов, Б.Л. Технологии рекламы и PR / Б. Л. Борисов. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2007. – 624 с.
3. Григорьев С.К. Планирование рекламной кампании: Средства, методы и каналы //Туризм. – 2005. - №10, октябрь. – С.24.
4. Журнал “Les nouvelles esthetiques” № 21, № 26 2013 г.
5. Кузьмина О.Г. Социологическое обеспечение рекламы и маркетинга. – М: Наука-спектр, 2011. – 188 с.
6. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Под ред. Нагапетьянца Н.А. – М.: Вузовский учебник, 2007. — 272 с.
7. Пименов П.А. Основы рекламы: Учебное пособие. – М.: Гардарики, 2005. – 399 стр.
8. Толкачев А.Н. Реклама и рекламная деятельность в России. Закон и практика. – М.: Эксмо, 2008. – 368 с.

О. К. Хромова
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

ВЛИЯНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

В статье рассмотрен самый актуальный вопрос любого вида бизнеса – конкурентная среда. Раскрыты основные условия конкуренции, сущность конкуренции, ее положительные и отрицательные стороны, а так же влияние конкурентной среды на деятельность организаций индустрии красоты.

Ключевые слова: конкурентная среда, рыночный регулятор, рыночная экономика, методы конкуренции, услуга.

Рынок индустрии красоты — один из самых динамично развивающихся, но одновременно и один из самых конкурентных. К предприятиям индустрии

красоты традиционно относятся парикмахерские и косметические кабинеты декоративной и/или аппаратной косметики. От простой парикмахерской с косметическим кабинетом салон красоты отличается прежде всего дизайном, набором услуг, стоимостью используемого оборудования и продукции, уровнем профессионализма персонала и, как следствие, уровнем цен.

В последнее десятилетие платежеспособный спрос на элитные косметологические и оздоровительные услуги привел к зарождению и развитию не только изолированных и сетевых салонов красоты и SPA-центров высокого уровня, но и специализированных спортивно-оздоровительных центров (фитнес-центров), обеспеченных перечнем сопутствующих услуг. В том числе появились сопутствующие салоны красоты, а в развитии комплекса фитнес-услуг одним из самых модных направлений последних лет стало SPA (современные физиотерапевтические процедуры).

В России один за другим открываются новые SPA-салоны, а в уже действующих салонах и центрах красоты появляются SPA-процедуры. При этом в салонах красоты и SPA-центрах все более популярными становятся фитнес-классы, а в фитнес-центрах, наоборот, косметические кабинеты и SPA-программы.

Самодекларация уровня качества салона и уровня его цен - личное дело предпринимателя и в правовом пространстве не регулируется законами и нормами. Категории Люкс и VIP присваиваются только частными и общественными системами добровольной сертификации, государственной правовой системы такой сертификации сегодня не существует. Таким образом, повышение и снижение уровня качества и цен, причисление салона к какой-либо категории – это инструменты конкурентной политики деятельности предприятия индустрии красоты [1, с. 14].

Значение конкуренции для самых глубоких основ функционирования рыночной экономики огромно. Конкуренция стала неотъемлемой частью рыночной среды и является необходимым условием развития предпринимательской деятельности.

Основой рыночной экономики является конкуренция – борьба между производителями или поставщиками, предприятиями, фирмами за наиболее выгодные условия производства и сбыта в целях достижения лучших результатов своей предпринимательской деятельности. В случае столкновения интересов отдельных производителей или продавцов товаров и услуг каждый из них старается довести свои преимущества, обеспечить выгоднее и стабильнее положение, в том числе за счет послабления или даже банкротства конкурирующих предприятий [1, с. 53].

Конкуренция является важнейшим способом повышения эффективности, как целой экономической системы, так и всех ее звеньев. Конкуренция – это цивилизованная форма борьбы за выживание, сильнейший способ непрерывного стимулирования работников и трудовых коллективов.

Основные условия возникновения конкуренции:

1. полная хозяйственная (экономическая) обособленность каждой организации;

2. полная зависимость товаропроизводителя от конъюнктуры рынка;
3. противостояние всем другим товаропроизводителям в борьбе за покупательский спрос.

Конкуренция – важнейший элемент рынка, играющий роль в повышении качества продукции, работ и услуг, снижении производственных затрат, в освоении технических новинок и открытий [2, с. 76].

Сущность конкуренции раскрывается в ее функциях. Она оказывает содействие:

- 1) расширению предприятия, повышению производительности работы и за счет этого снижению расходов производства на единицу продукции (в данном случае - услугу), а так же оказывает влияние на качество предоставляемых услуг;

- 2) экономии ресурсов (естественных, материальных, финансовых и др.);

- 3) внедрению достижений науки и техники в работу персонала, которое предопределяет рост производительности работы;

- 4) улучшению качества продукции и обслуживанию клиентов;

- 5) перераспределения капитала между областями и выравниванию нормы прибыльности в разных сферах организации (оказание услуг и продажа косметических средств);

- 6) созданию условий для банкротства предприятий- конкурентов, росту безработицы;

- 7) возникновению экономических кризисов;

- 8) усилению процесса дифференциации организаций, т.е. обогащению одних и обнищанию других;

- 9) монополизация рынка (районного, городского, государственного и межгосударственного уровня) [3, с. 78].

Итак, конкуренция имеет как положительные, так и отрицательные стороны. Их соотношения зависят от видов и форм конкуренции, влияния на нее регулирующей деятельности государства [4, с. 67].

Так же конкуренция выступает, как рыночный регулятор, так как она может воздействовать на цену, устранять нестабильное соотношение спроса и предложения, тем самым приводя общую рыночную цену к точке равновесия.

Методы конкуренции:

- повышение качества товара или услуги;

- улучшение сервиса;

- снижение цены;

- использование всех преимуществ;

Варианты изменения конкуренции между предприятиями:

- конкуренция возрастает, когда возрастает количество соперничающих компаний;

- конкуренция возрастает, когда крупная фирма присоединяет другую и предпринимает активные действия по выводу ее в лидеры;

- конкуренция велика, когда спрос на товар или услугу медленно

увеличивается;

- конкуренция увеличивается, когда внешние условия толкают компанию на снижение цены или применение других средств увеличения клиентской базы;

- конкуренция возрастает, если затраты покупателей невелики при переходе с одной потребляемой марки на другую;

- конкуренция больше в случае, когда фирмы не удовлетворены занимаемой долей рынка;

- конкуренция растет, если растет прибыль от успешных стратегических решений;

- конкуренция усиливается, когда затраты при выходе с рынка велики;

- конкуренция предсказуема, когда большинству открыты стратегии, миссии, ресурсы фирмы и т.д.;

Факторы, влияющие на конкурентную борьбу:

- размер рынка – чем больше рынок, тем сильнее конкуренты;

- темпы роста - чем быстрее рост, тем проще попасть на рынок;

- мощности - излишние мощности могут привести к падению цен;

- препятствия для входа или выхода с рынка защищают позицию фирмы, тогда как при их отсутствии рынок становится доступен для проникновения на него неконкурентоспособных новичков;

- цена;

- уровень стандартизации товаров – у покупателей есть преимущество, так как легко могут переключиться с одного товара на другой;

- мобильные технологические модули;

- требование к размерам капитала - жесткие требования повышают риск, создают барьеры при входе компаний на рынок и выходе с него;

- экономия на масштабе – увеличивает долю рынка необходимую для достижения товаром необходимой конкурентоспособности;

- быстрое обновление ассортимента выпускаемой продукции.

В системе маркетинга предприятие, действующее на рынке, никогда не рассматривается само по себе, а только в совокупности с другими субъектами, действующими на рынке. Условия окружающей среды, в которых развивается предприятие, считается конкурентной средой. В условиях конкурентной среды компании борются за клиентов, качество услуг и поставщиков-партнеров [5, с. 37].

Способность выдержать эту борьбу говорит о конкурентоспособности организации. Такая организация может предоставлять более привлекательные, разнообразные услуги для конечных потребителей [6, с. 45].

На конкурентоспособность предприятия может повлиять как внешняя, так внутренняя среда. Внутренняя среда состоит из факторов, касающихся непосредственно самой компании (поставщики, маркетинговые посредники, клиенты, конкуренты, контактные аудитории). Внешняя среда представлена

факторами демографического, экономического, природного, технического, политического и культурного характера. Изменение любого из этих факторов может повлиять на положение компании на рынке. Эффективное управление конкурентоспособностью предприятия предполагает умение учитывать изменения конкурентной среды и создавать стратегии, способные удерживать предприятие на плаву, не зависимо от них [6, с. 58].

Анализ конкурентной среды играет важную роль в деятельности любой организации, действующей на рынке индустрии красоты, так как способствует разработке ее стратегии развития и контролю внешних по отношению к ней факторов, с целью потенциальных угроз и вновь открывающихся возможностей, что в результате позволяет использовать эффективные методы конкурентной политики.

Конкурентная среда организации индустрии красоты включает совокупность субъектов и факторов рынка, влияющих на отношения между участниками (продавцами и покупателями) рынка. Конкурентная среда по своей природе является изменчивой и затрагивает интересы всех участников рынка, оказывая влияние на результаты их деятельности. Степень развития рынка, сложность работы на нем во многом определяются особенностями этой среды.

Конкурентная среда проявляет себя на различных уровнях экономики, на внутри региональном, межрегиональном и мировом рынках (для брендов). Следует заметить, что надлежащее ее функционирование зависит от рационального сочетания этих элементов, факторов и условий, в которых осуществляется деятельность объектов конкурентной среды. Повышение конкурентоспособности товаров и услуг способствует прогрессивному становлению конкурентной среды [7, с. 80].

Высокое качество предоставляемых услуг и разнообразие товаров позволяют салонам красоты конкурировать на различных рынках и формировать определенную рыночную инфраструктуру.

Литература:

1. Борисов Е.Ф. Экономическая теория. – М.: Инфра, 2010. – 210 с.
2. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика. – М.: Инфра, 2009. – 253 с.
3. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М.: Инфра, 2010. – 224 с.
4. Добрынин А.И., Тарасевич Л.А. Экономическая теория. – М.: Инфра, 2011. – 312 с.
5. Козырев В.М. Основы современной экономики. – М.: Инфра, 2010. – 139 с.
6. Колужнова Н.Я., Якобсон А.Я. Маркетинг: общий курс. – М.: Инфра, 2009. – 276 с.
7. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент. – М.: Инфра, 2009. – 98 с.

РАЗВИТИЕ САЛОННОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

Актуальность и практический аспект данной темы, и её значимость связаны с необходимостью проведения эффективного внедрения инновационных технологий с целью достижения более высоких результатов в развитии салонного бизнеса. Значительное распространение исследуемого явления заключается в необходимости разработки рекомендаций по совершенствованию работы в рассматриваемой области, так как вопросы, касающиеся развития салонного бизнеса, являются очень актуальными.

Предприятия сфер индустрии красоты, являются одним из наиболее динамично развивающихся в современных рыночных условиях. Стремление к развитию салонного бизнеса стимулирует индустрию красоты к разработке инновационных технологий, что обуславливает рост количества салонов красоты с высоким уровнем сервиса. «Салонные бренды выполняют функцию социальных лифтов для тех мастеров, которые в них работают» [2, 4].

Вопросом о том, как развивается салонный бизнес в условиях внедрения инновационных технологий, был озадачен известный французский стилист Жан Луи Давид, который создавал сеть салонов на протяжении пятидесяти лет (начиная с 1961 года). Особенность, которых заключается в том, что они в отличие от других предприятий индустрии красоты, создавались не просто как бизнес, а для внедрения инновационной технологии. Именно благодаря внедрению инновационных технологий бренд «Жан Луи Давид» стал известен по всему миру. Салоны под данной маркой – самые распространённые в Европе.

В разных странах мира имена людей, посвятивших всю свою жизнь парикмахерскому искусству, салонному бизнесу, произносятся с особым благоговением и гордостью. Американцы чтят Эст Лаудер, Элизабет Арден, Макс Фактор. Французы - Елену Рубинштейн, Жан-Поль Герлена, Надю Пайот и т.д. В России – это, в первую очередь, имя Долорес Кондрашовой, которой удается на протяжении более 20 лет сохранять лидирующие позиции в салонном бизнесе, несмотря на появление знаменитых иностранных брендов, не затеряться среди них, а, наоборот, стать общепризнанным авторитетом среди профессионалов в области причесок и макияжа [4, 1].

На сегодняшний день индустрия красоты – обширное понятие, включающее в себя целый спектр услуг, который попадает под сферу красоты и здоровья. Во всем мире идет конкурентная борьба за технологии в сфере красоты. Конкуренция растет не только между владельцами салонов, но и между производителями косметических средств. Данная сфера находится на пике

популярности во всем мире. Еще никогда возможности косметических средств не были так велики, как сейчас. Из этого следует, что и тенденций развития существует много. Поэтому при выборе фирмы-поставщика косметических линий следует учитывать критерии рентабельности, спроса потребителей, наличие данного товара либо услуг в конкурирующих предприятиях, уровень цен, наличие отдельной линии средств домашнего применения, то есть продажа сопутствующего товара.

Внедрение инновационных технологий, передовые в сочетании с традиционными методиками, проверенные временем, собственная производственно-исследовательская база позволяет компаниям, которые специализируются на разработке косметических средств, предлагать свою продукцию салонному бизнесу.

Процесс создания и продвижения инновационных технологий в сфере салонов красоты очень специфическая вещь, в которой нужно учитывать не только профессионализм работы и услуг, но и многие другие факторы, поэтому при развитии салона красоты необходимо следить за тенденциями и новинками в сфере индустрии красоты. Необходимо постоянно расширять спектр предоставляемых услуг и процедур.

Салонный бизнес – развивающаяся отрасль, в которой представлены различные предприятия (парикмахерские, салоны красоты, имидж-студии, студии нейл-дизайна, студии загара, косметологические центры, клиники эстетической медицины и пр.). К этой же отрасли можно отнести различные спортивно-оздоровительные предприятия, в том числе и фитнес-центры, а также разнообразные косметологические центры и центры по коррекции фигуры.

Безусловно, в этой же сфере работают и фирмы-производители, поставщики оборудования для салонов красоты, косметических препаратов, разработчики новых методик, фирмы, оказывающие разнообразные услуги в этой отрасли

В настоящее время салонный бизнес получает активное развитие. Люди стали активно заниматься своей внешностью. Услуги предприятий салонного бизнеса стали более востребованными, при этом активно развиваются новые направления, такие как косметология, трихология и т. п., формируется настоящая индустрия салонного бизнеса.

Создание салонов красоты может иметь имиджевый аспект, рассматриваться как источник материального благополучия, но создание успешного развивающегося и популярного предприятия салонного бизнеса – это важная и не простая задача, которую ставит перед собой каждый руководитель и владелец.

Учитывая все факторы для успешного развития салонного бизнеса, основополагающим является внедрение инновационных технологий,

предоставление новейших услуг. Тем временем стараюсь понять, что будет необходимо завтра, для того чтобы в будущем обеспечить бизнесу конкурентные преимущества.

Литература:

1. Крылов, Э.И. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия: учебное пособие / Э.И. Крылов, И.В.
2. Кузнецов М. И., Иванова Е. С. Секреты салонного бизнеса: АИК, 233с.
3. Электронный ресурс: Жан Луи Давид – полвека парикмахерского искусства. Режим доступа: www.krasivo.biz
4. Электронный ресурс: Долорес Кандрашова о салонном бизнесе. Режим доступа: <http://www.pro-parikmahera.ru>

М.С. Маркелова
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПАРИКМАХЕРСКИХ УСЛУГ В СОВРЕМЕННОМ САЛОНЕ КРАСОТЫ

Исследование качественного уровня парикмахерских услуг на основе инновационных технологий, которые быстрыми темпами внедряют в сферу обслуживания, занимает одну из главных позиций в индустрии красоты. Основная проблема заключается в эффективности использования инновационных технологий в обслуживании клиентов, которая могла бы позволить за минимальные сроки облегчить работу и достичь максимального эффекта. Чтобы сформировать собственное мнение предлагается разобрать проблему подробнее.

Современный динамично развивающийся мир открывает новые перспективы для роста некоторых сфер экономической деятельности. Одной из таких сфер является сфера услуг. Развитие данной отрасли обусловлено множеством различных факторов. Это и улучшение общего уровня жизни населения и, как следствие, появления средств на оплату различных услуг; и увеличение темпов жизни населения, нехватка времени на самообслуживание; и конечно же рост потребности в квалифицированной профессиональной услуге.

Услуга (от англ. service) – это результат трудовой деятельности, являющийся полезным эффектом, удовлетворяющим какие-либо потребности человека.

Инновация – введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, а главное это не всякое новшество или нововведение, а только такое, которое серьезно повышает эффективность

действующей системы. Если переводить дословно «Innovation» - « в направление изменений» [1].

Эволюция сферы услуг проходит одновременно с развитием различных областей деятельности человека, и самого человека, как такового. Взаимодействуя и соприкасаясь с этими направлениями, сфера услуг проходит некий цикл, который имеет свойство обновляться и совершенствоваться по завершению каждого этапа развития. Концепции предприятий индустрии красоты могут иметь различные форматы, но каждое должно представлять богатейший ассортимент услуг, необходимых для оздоровления, восстановления, улучшения внешности и для комфорта клиентов.

Одной из главнейших задач, стоящих перед руководителем любого предприятия индустрии красоты, является формирование лояльности клиента к салону. В существовании прямой связи между наличием постоянной клиентуры салона и её положительным влиянием на экономику салона на сегодняшний день убедились практически все руководители салонов красоты. Однако, не всегда понимание важности удержания клиента находит пути реализации на практике.

Среди первоочередных причин, толкающих клиента к принятию решения о смене салона, является неудовлетворением качества услуг, неудовлетворения уровнем сервиса, а также ограниченный спектр услуг салона и невозможность получения клиентом необходимых или желаемых услуг. Кроме того, в последнее время все чаще наблюдается тенденция наступления у клиентов чувства пресыщения, возникающая из-за возрастающего у них дефицита дополнительных положительных эмоций.

Рынок «бьюти» услуг не стоит на месте, он динамично развивается, производителями косметических услуг совершаются научные открытия, результатом которых является появление новых препаратов и технологий в отрасли косметологии, парикмахерского искусства, ногтевого сервиса и других направлений индустрии красоты. Кроме новейших технологий и инновационных препаратов существуют проверенные временем, но забытые специалистами и обделенные вниманием руководителей услуги, которые можно достаточно эффективно внедрять в салоне (к примеру, массаж волосистой части кожи головы).

При планировании внедрения и формировании пакетов новых услуг, направленных на продвижение салона красоты необходимо учитывать основные факторы, на основании которых рассчитывается и внедряется новая услуга:

1. гибкое реагирование на предложения рынка – необходимо постоянно проводить маркетинговые исследования и мониторинг рынка. Мониторинг конкурентов поможет своевременно принять решения о корректировке своей рыночной стратегии. Например, своевременное выявление инноваций (новых видов услуг), которые появляются на рынке и оперативное реагирование, не позволит другим салонам, ориентированным на вашу клиентскую аудиторию, достичь конкурентного преимущества;

2. быстрое реагирование на спрос потребителя – выявления потребностей и запросов клиентской аудитории и гибкое реагирование на них является также условием успешного бизнеса;

3. анализ этапов развития технологии – при планировании внедрения новых инновационных парикмахерских услуг руководителя салона должны интересоваться только те услуги, которые перспективны и имеют хорошее будущее [2].

В настоящее время салонный бизнес получает активное развитие не только в крупных городах. Люди стали активно заниматься своей внешностью. Спрос на эстетические услуги растет. Влияние социума заставляет человека стремиться достичь эталона красоты или по крайней мере, соответствовать стандарту. Интерес к красоте и здоровью увеличивается. Внедрение новейших инновационных технологий на традиционном рынке красоты, дает возможность оказывать клиентам услуги высокого качества и по доступным ценам, сокращать время выполнения процедур по уходу, решать эстетические недостатки и проблемы внешности, которые раньше, казалось, были не по силам. Услуги предприятий салонного бизнеса стали более востребованными, при этом активно развиваются новые направления, такие как косметология, трихология и т.п., формируется настоящая индустрия салонного бизнеса.

«Трихология в салоне красоты» это расширение профессиональных возможностей парикмахеров, косметологов, врачей дерматологов, а также увеличение клиентского потока салона красоты.

Одна из новейших услуг в салоне FireCut - это уникальная процедура восстановления волос, во время которой используется открытый огонь. Лечение огнем позволяет быстро и эффективно «реанимировать» пересушенные, поврежденные и секущиеся волосы, вернуть им силу и эластичность и даже ускорить их рост.

Лазерная методика в косметологии – делает менее заметными стрии на коже, корректируют рубцы и морщины, посредством выработки коллагена.

В ходе разобранный темы можно подвести итог. Внедрение инновационных технологий необходимо для традиционного рынка красоты. Это повышает конкурентно способность салонов красоты, которые предоставляют качественные услуги на современном этапе развития индустрии красоты. Открывает новые возможности работы с волосами и кожей, с целью ухода, оздоровления, восстановления и лечения. В статье раскрыты основные понятия услуга, инновация в сфере обслуживания.

Литература:

1. <https://ru.m.wikipedia.org>
2. www.greenlight.com.ua
3. <http://ladymadonna.ru/fire-cut>

РОЛЬ РЕКЛАМЫ В ПРОЦЕССЕ ЭСТЕТИЗАЦИИ САЛОНА КРАСОТЫ

Огромную роль в сохранении и укреплении позиций компании на рынке играет реклама. Реклама продукции и деятельности предприятия - это важнейшая составная часть процесса эстетизации салона красоты. А поскольку эстетизация является процессом формирования имиджа салона, то реклама выступает систематическим воздействием на мнение и поведение потребителей путем передачи сведений о товарах и услугах салона.

Реклама стала своеобразным социальным феноменом, принадлежит к науке, искусству, бизнесу, психологии, пропаганды. В целом, воздействия рекламы подвергаются все слои общества. Она аккумулирует его опыт, стремится к гармонизации человеческих побуждений и даже способствует интеграции граждан вокруг общих представлений.

Индустрия красоты существует испокон веков и будет существовать века. Во все времена женщины старались быть привлекательными и красивыми. Сегодня стремление к эстетике внешнего вида присуще и представителям сильной половины человечества.

Ритм современной жизни выматывает, почти не оставляя времени на отдых. Постоянные стрессы, загрязненная атмосфера – все отражается на здоровье, а значит, и на внешности человека [1, с. 20].

В такой обстановке салон красоты – это оазис в пустыне, где клиент может ненадолго забыть о проблемах, расслабиться, восстановить свои жизненные силы. Наверное, этим и объясняется обилие салонов красоты в любом достаточно большом городе.

Среди такого разнообразия довольно трудно выбрать «свой» салон. Кому-то важно, чтобы салон находился недалеко от дома, для кого-то важнее набор процедур, проводимых в салоне, кто-то ценит сервис и обстановку, уютный интерьер, а для кого-то важны и все эти аспекты.

Немаловажную роль в выборе салона играет реклама. Набор процедур, предлагаемых в одном салоне, обычно не сильно отличается от спектра услуг в другом.

Отсюда вывод – нужно уметь подать услугу так, чтобы у клиента появилось желание пройти ее в нужном нам салоне, то есть, разрекламировать все плюсы салона и предоставляемых услуг. Нужна грамотная подача салона, выделяющая его среди множества других.

Реклама салонного бизнеса необходима для анализа конъюнктуры рынка, выявления лидеров данной отрасли, для "раскрутки" бренда или салона красоты. Реклама занимает ключевое место в стратегии маркетинга всех видов предприятий индустрии красоты. С ее помощью создаются благоприятные условия для достижения успеха в бизнесе. Салонный бизнес становится все более привлекательным с различных точек зрения: инвестиционной, социальной, экономической, организационной и, что не маловажно, культурной.

Деятельность салонов красоты нацелена на изменение эстетического статуса в жизни человека: люди начинают мыслить свою жизнь в качестве некоего эстетического проекта.

Человек, находясь в эстетизированной среде, в эстетизированном окружении (дизайн интерьера, стиль), общаясь с эстетизированным персоналом, получая качественную эстетизированную услугу сам эстетизируется, преобразуется, изменяется, растет его культурный и творческий потенциал. [5, с. 12] Эстетизация - это придание чему-либо красивой внешней формы. Эстетизация деятельности салонов красоты позволяет решить ряд задач: повысить качество услуг, привлечь большее число клиентов, создать атмосферу комфорта и доверия.

Эстетически полноценная обстановка является одним из условий воспитания вкуса к красоте, изяществу, пассивного развития у клиентов эстетических чувств, эстетического вкуса, эстетических идеалов, эстетического сознания, повышения их культурного уровня и воспитания высокой культуры человека, что является элементами эстетизации человека [1, с. 99].

Разработка практических мер по эстетизации деятельности должна быть не просто направлена на создание красивого интерьера, а предусматривать психологическое воздействие светоцветового климата, форм живой природы (озеленение), а также средств визуальной информации (различного рода наглядные пособия, экспонаты, доски объявлений) на стимулирование работоспособности персонала и создания гармоничных условий для посетителей, т. е. формировать имидж салона красоты.

Имидж - целенаправленно формируемый образ, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на клиентов салона красоты.

В условиях большой конкуренции создание или сохранение имиджа салона часто является наиболее важным фактором в поддержании на необходимом уровне его функционирования.

Положительный имидж салона красоты является основным условием привлечения клиентов [4, с. 94].

Следует отметить, что имидж салона складывается и существует независимо от того, занимается ли салон его созданием или не придаёт ему никакого значения.

Однако то или иное мнение о салоне красоты, его совокупный образ в глазах тех, кто, так или иначе, связан с ним, оказывает влияние как на положение людей, работающих в этом салоне, так и на судьбу салона в целом.

Поэтому создание имиджа является важной составляющей успешного функционирования любого салона красоты, независимо от того, где он находится и мастера какого уровня в нем работают [3, с. 112].

Однако, говоря об имидже салона красоты, нужно также иметь в виду и те слагаемые, которые являются не специфическими, общезначимыми для любого салона [5, с. 47].

Важнейшим элементом деятельности фирм, работающих в сфере бытового обслуживания, являются продвижение парикмахерских и косметических услуг на рынок - реклама. Реклама представляет собой сложное социально-эстетическое явление, развитие которого неразрывно связано со сферой потребления.

То, как салон воспринимается общественностью, иногда может быть даже более важным, чем цена продукта или услуги салона. Поэтому в основе имиджа салона лежит формирование определённого типа эстетической, организационной культуры. Культура салона формируется путем работы со средствами массовой информации, организации рекламной деятельности, создания фирменного стиля, дизайна интерьера, проведение благотворительных мероприятий и т.д.

В настоящее время средства массовой информации, специальные издания, рекламные проспекты буквально переполнены предложениями разнообразных парикмахерских и косметических услуг. Путь салона к успеху зависит от доступности потенциальному клиенту соответствующей информации, способный вызвать его ответные действия.

Сегодня актуальность рекламы не вызывает сомнения так как она играет ключевую роль в развитии рыночной экономики и является её важным элементом [2, с. 74].

Какой бы реклама, не была нельзя забывать, что она не существует сама по себе. Реклама всего лишь инструмент рынка. В основе рекламы - информация и убеждение. При этом одной из главных задач рекламы становится создание образа фирмы и предпочтения к марке.

Имидж-реклама - это реклама, направленная на создание положительного и престижного имиджа салона.

Основная функция имидж-рекламы заключается в презентации услуг, ее характеристик и предназначения потенциальным клиентам. Другими словами, основная роль имидж-рекламы состоит в создании благоприятного впечатления

о конкретном салоне и спектре оказываемых услуг, и закреплении его в сознании широкого круга людей [2, с. 41].

Салоны красоты должны выбирать эффективные способы рекламы, чтобы увеличить уровень привлечения клиентов.

Наиболее эффективные виды рекламы салона красоты:

- наружная реклама, так как яркая и оригинальная вывеска привлекают достаточно большое количество внимания потенциальных клиентов. Для салона красоты отлично подходят вывески в виде объемных букв и световых коробов;

- реклама в журналах отрезных купонов. Размещение купонов в профессиональных и светских журналах - способ рекламирования действующих акций, скидок в салоне красоты;

- реклама в глянцевых журналах и в их он-лайн версиях;

- реклама на радио;

- размещение рекламы в социальных сетях. Социальные сети – еще одно эффективное место размещения рекламы, главным образом из-за их возрастающей популярности. Социальные сети включают такие сайты, как Twitter, Facebook и Myspace.

Реклама, точно так же, как и искусство, обращается к эмоциональной сфере человека, воздействуя на него посредством чувственных образов и удовлетворяя потребности эмоциональной жизни. Реклама, безусловно, способствует эстетическому осмыслению предметного мира, повышая чувствительность к красоте, воспитывая и развивая культуру восприятия, вкус [3, с. 76].

Таким образом можно сделать вывод, что роль рекламы в процессе эстетизации салона красоты заключается в создании информационного поля, которое донесет до конечного потребителя информацию о нововведениях в салоне и поможет клиенту сделать правильный выбор.

Литература:

1. Аакер Д. Создание сильных брендов / Аакер Д. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2003. – 111 с.

2. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: Учебное пособие для студентов вузов / Аванесова Г. А. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 318 с.

3. Алешина И.М. Корпоративный имидж: Учебное пособие / Алешина И. М. – М.: Тандем, 2006. – 119 с.
4. Андреев В. С. Гипсокартон. Потолки. Стены. Перегородки. Монтажные работы / Андреев В. С. – Лада, 2012 г. 256+8 (цв.илл.) с.
5. Аширов Д.А. Организационное поведение: учебник / Аширов Д. А. – М.: изд-во «ПРОСПЕКТ», 2006. – 360с.
6. Бодуан Ж-П. Управление имиджем компании. Паблик Рилейшнз: предмет и мастерство / Бодуан Ж-П – М.: Инфра-М, 2006. – 257с.

***Е.В. Великохатская**
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск*

РОЛЬ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ДИЗАЙН-КОМПЕТЕНЦИИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО ПАРИКМАХЕРСКОМУ ИСКУССТВУ

При подготовке специалистов по парикмахерскому искусству большое внимание уделяется реализации творческой активности студентов, направленной на прогнозирование и поиск модных тенденций, создание стиля и имиджа на основе отражения всех изменений, происходящих в обществе, предсказания завтрашнего рынка моды. В основу современной модели специалиста заложен принцип формирования нового типа парикмахера-универсала, сущность которого заключается в поэтапном внедрении в подготовку системы взаимосвязанных знаний и навыков, способных адаптировать будущего специалиста к разнообразным проявлениям тенденций моды.

Для специалистов в сфере обслуживания перспективным направлением является овладение навыками дизайна. Одним из путей формирования дизайнерских способностей или компетенций может стать применение мультимедиа в обучении профессиональному мастерству. Этот подход позволит включить студентов отделения парикмахерского искусства в профессиональное сообщество, поспособствовать построению эффективного взаимодействия с коллегами, клиентами, руководством. Мультимедиа предъявляет содержание учебного материала в эстетически организованной форме [1], что также дает дополнительные возможности в формировании перечисленных выше дизайн-компетенций.

Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании в специальном учебном курсе «Мультимедиа в образовании», представляет описание педагогических сценариев применения мультимедиа в образовании [2].

Сценарий 1. Использование линейных мультимедийных приложений.

Сценарий 2. Как источник информации: высокая степень контроля, гибкая навигация; высокая интерактивность, гибкое и индивидуальное использование содержания материалов, доступ к базам знаний за пределами «аудитории».

Сценарий 3. Академическое руководство: содержание мультимедийных приложений ориентировано на преподавание; использование тесно связано с программой курса, практическое закрепление знаний; развитие критического мышления; вводное ознакомление с изучаемой предметной областью.

Сценарий 4. Создание мультимедиа: создание студентами собственных мультимедийных презентаций - представление собственных концепций студента позволяет активно вовлечь его в обучение путем создания, а не только изучения.

Такие особенности мультимедиа, как интерактивность и совмещение нескольких форм представления информации, позволяет обеспечить эффективное протекание перцептивно-мнемических процессов, осмысление информации, через развивающие образы и интерактивный диалог. Среди преимуществ такого комплексного подхода можно выделить: индивидуализацию обучения; реализацию принципа самостоятельного обучения; возможность индивидуальной поддержки студентов преподавателем. Применимо к области моды и дизайна, мультимедиа являются прекрасным средством для разработки технологического процесса или обучения студентов.

Основными задачами для широкого применения мультимедиа в спецдисциплинах по парикмахерскому искусству являются: включение учащихся в компьютерноопосредованную коммуникацию; ознакомление с ресурсами интернета по профессии; формирование у учащихся представления о современных мультимедийных и информационных технологиях в своей профессиональной деятельности; обучение принципам работы с программным обеспечением в области дизайна.

На данный момент рынок предлагает большое количество мультимедийных приложений связанных с дизайном как по парикмахерскому искусству, так и по другим отраслям. Кроме того, для всех специальностей полезными станут мультимедийные энциклопедии по истории искусств, истории стилей, а также мультимедийные собрания современного искусства, что также, успешно формирует профессионала в целостном аспекте человеческой культуры. Например, виртуальные музеи Эрмитажа, Лувра, мультимедийные энциклопедии «Часы. Время и стиль», «Женские стрижки и прически», «Мультимедийная энциклопедия стиля и дизайна».

Современное программное обеспечение в области дизайна, помогает более эффективно решать проблемы художественного образования студентов. В результате применения таких программ можно говорить о таких обучающих возможностях как развитие пространственного мышления; создание эскизов при проектировании причесок; создание всевозможных трехмерных моделей. Удачными для повышения мотивации получаются занятия в форме экскурсий с

применением техники, например фотоаппарата. Широкие возможности представляет создание динамических образов, через презентации, слайд-шоу.

Таким образом, предлагается вариант повышения эффективности обучения специалистов-парикмахеров через формирование дизайн-компетенций. В существующих условиях предлагается реализация предложенного подхода через увеличение количества часов по изучению мультимедийных технологий. Они призваны эффективно формировать дизайн-компетенции специалистов в области моды и дизайна. Кроме этого, возможно успешное формирование общих компетенций специалистов, например, использование информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности; понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии; осуществление поиска информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач; работа в команде, эффективное общение с коллегами, руководством, клиентами. Возможности мультимедиа позволяют, кроме четырех сценариев, рекомендуемых ЮНЕСКО, в профессиональном образовании в специальностях с компонентами дизайна, использовать мультимедиа как средство в профессиональной деятельности. Компьютерно-опосредованная коммуникация с использованием мультимедиа повышает мотивацию студентов в процессе активной и интерактивной деятельности, помогают эффективно решать проблемы художественного образования, индивидуализировать обучение, а также развить самоконтроль и самооценку учащихся.

Литература:

1. Шлыкова О. В. Культура мультимедиа: Уч. пособие для студентов / МГУКИ. -М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. - 415с.
2. Мультимедиа в образовании. Сетевые учебно-методические комплексы электронных средств поддержки обучения для подготовки кадров СОО. URL: <http://www.ido.edu.ru/>

М.В. Павлова
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

СПЕЦИФИКА ИЗГОТОВЛЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ПОСТИЖЕРНЫХ ИЗДЕЛИЙ В КОНКУРСНЫХ ПРИЧЕСКАХ

Важная роль развития парикмахерского искусства и постижерного дела является в специфике разработки и использовании постижерных изделий в конкурсных прическах. Ведь именно постижерные изделия делают человека красивее, помогают решить эстетические проблемы. А при участии в различных конкурсах парикмахерского мастерства делают образ зрелищнее, заставляя всегда восхищаться не только других мастеров, но и окружающих.

Основанием к разработке и использованию современных постижерных изделий является искусство мастера, которое постепенно приобретает с этапом его развития, уровнем образования, мировоззрением, вкусом и умением преобразовать.

В учебных пособиях дается информация о способах обработки и использования волос в бытовых вариантах прическах. Но в научных материалах предлагается различная специфика изготовления и использования постижерных изделий в конкурсных прическах. Ведь мир не стоит на месте и желание развиваться и восхищаться красотой было всегда. Не зря существует высказывание «красота спасет мир».

Литература

1. А.В. Константинов «Основы постижерного дела: Учебник для техникумов», 1982.
2. В.Д. Корнеев. Моделирование и художественное оформление прически. Легпромбытиздат, 1989
3. И.С. Сыромятникова. История прически. Издательство «Искусство», 1983

V. ПРОБЛЕМЫ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ, СПОРТА И ЗДОРОВЬЯ ЧЕЛОВЕКА

Т.В. Загной

*Луганский университет
имени Тараса Шевченко,*

г. Луганск

ТЕОРЕТИКО – МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ В УЧЕБНО – ПРОФЕСИЙНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ – СПОРТСМЕНОВ

Социальные процессы, происходящие в нашей стране, характеризуются качественными изменениями во всех сферах жизни общества и государства, привели к существенным изменениям в высшем профессиональном образовании. От системы высшего образования нужна подготовка высокопрофессиональной элиты социума, специалистов, которые отличаются высокой общей культурой, развитостью системы ценностных ориентаций и способных на их трансляцию в практику жизни и профессиональную деятельность.

Категория «ценность» является предметом исследования в философии, социологии, психологии, педагогике. Теоретический анализ исследования указывает на неоднозначность понимания природы ценности и позволяет рассматривать данную категорию с точки зрения различных подходов: институционального (акцентируется институционализация ценностей и их акцептация отдельными группами общества), интериоризованного (ценности понимаются как интериоризованные индивидом ориентации), культурологического (ценности интерпретируются как культурные дефиниции и важный элемент современного глобализирующегося общества) [1].

Кроме того, существуют особенности исследования ценностей в рамках различных наук. Так философия рассматривает ценность в различных контекстах: историческом и культурном; в то время как для социально-психологических исследований характерно: стремление строго развести понятия «ценность», «потребность», «цель», «норма», «ценностные ориентации» и др.; классификация ценностей по различным основаниям (Л. Косова, И. Попова, М. Рокич, Ш. Шварц); выделение структуры ценностей личности.

Современные психологи, обращаясь к проблеме формирования и развития ценностных ориентаций личности, рассматривают их как компонент структуры личности, характеризующий направленность и содержание активности индивида, определяет общий подход человека к миру, к себе, придает смысл и направление личностным позициям, поведению и поступкам [2].

Формирование личностной ценностной структуры индивида выступает важнейшим фактором процесса социализации, посредством которого человек становится полноправным членом общества во всей полноте социальных

взаимоотношений. Система личностных ценностей складывается в процессе деятельностного распределения индивидами содержания общественных ценностей, объективированных в произведениях материальной и духовной культуры. Как правило, для личностных ценностей характерна высокая осознанность, они отражаются в сознании в форме ценностных ориентаций и служат важным фактором социальной регуляции взаимоотношения людей и поведения индивида.

Интересным для нашего исследования является разработанная В. Ядова диспозиционная концепция регуляции социального поведения индивида. Основная идея этой концепции заключается в том, что человек обладает сложной системой различных диспозиционных образований, иерархически организованных, регулирующих его поведение и деятельность. Каждый уровень этой системы включает три компонента: потребность, классифицированную с точки зрения включенности индивида в различные сферы социальной деятельности; ситуации, в которых действует индивид и которые «встречаются» с определенными потребностями; и диспозиционное образование, регулирующее поведение и деятельность индивида. Система ценностных ориентаций индивида формируется на высшем уровне развития личности и регулирует поведение и деятельность личности в наиболее значимых ситуациях ее социальной активности, в которых выражается отношение личности к целям жизнедеятельности и к средствам удовлетворения этих целей.

Ценности человека реализуются через механизм ценностных ориентаций, который выражается в предпочтении или отвержении определенных моделей и паттернов поведения, смыслов, идеалов. Под ценностными ориентациями мы понимаем разделяемых личностью социальные ценности, выступающие в качестве целей жизни и основных средств их достижения, и являющихся важнейшим фактором, регулирующим мотивацию личности и ее поведение [3].

Ценностные ориентации являются важнейшим компонентом структуры личности. Наряду с другими социально-психологическими образованиями они выполняют функции регуляторов поведения и проявляются во всех областях человеческой деятельности. Ценности являются социальными, поскольку исторически и культурно обусловлены, и индивидуальные, так как в них сосредоточен жизненный опыт конкретного субъекта. Ценностные ориентации личности, связывающие ее внутренний мир с окружающей действительностью, образуют сложную многоуровневую иерархическую систему, занимая пограничное положение между мотивационно-потребностной сферой и системой личностных смыслов.

Основными условиями, способствующими результативности процесса формирования ценностных ориентаций у студентов-спортсменов, являются: индивидуализация и дифференциация психолого-педагогического сопровождения студента-спортсмена; привлечения студента-спортсмена в различные формы профессионально-нормативных и общественно-правовых отношений; предоставление студенту-спортсмену возможностей для его профессионального, гражданского и патриотического самосовершенствования;

включение студента-спортсмена в ситуации развития рефлексивно-оценочного отношения к себе и другим; включение студента-спортсмена в различные формы деятельности, направленные на актуализацию и активацию ценностных ориентаций.

Литература:

1. Бреусенко-Кузнецов А.А. Ценностно-смысловая сфера личности как психологическая реальность / А. А. Бреусенко-Кузнецов // Вісник ЧДПУ. – 2005. – Т. 1. – Вип. 31. – С. 52–58. – (Серія «Психологічні науки»).
2. Брушлинский А.В. Проблемы психологии субъекта / А. В. Брушлинский. – М. : Ин-т психологии РАН, 1994. – 109 с.
3. Юров Д.И. Активные методы формирования ценностных ориентаций у студентов-спортсменов / Д.И. Юров // Вестник Адыгейского государственного университета. Педагогика и психология. – 2009. – Вып. 3. – С. 394 – 397.

А.В. Калайдо, Т.Д. Камышева

Луганский университет

имени Тараса Шевченко,

г. Луганск

Луганский государственный колледж

экономики и торговли,

г. Луганск

ОЦЕНКА СТРУКТУРЫ ГОДОВОЙ ДОЗЫ ОБЛУЧЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА ИСТОЧНИКАМИ ИОНИЗИРУЮЩЕГО ИЗЛУЧЕНИЯ

Среди вопросов, представляющих научный интерес, немногие приковывают к себе столь постоянное внимание общественности и вызывают так много споров, как вопрос о действии радиации на человека. На протяжении всей своей жизни человек подвергается воздействию радиоактивного излучения от естественных и искусственных источников ионизирующих излучений. При этом вклад естественных источников радиоактивного излучения существенно выше, чем искусственных, поэтому наиболее эффективны мероприятия по ограничению естественного облучения для снижения годовой эквивалентной дозы облучения.

Облучение человека в процессе жизнедеятельности формируется искусственными и естественными источниками ионизирующего излучения. Выполненные нами исследования позволили произвести оценку структуры дозовой нагрузки на сотрудников университета. Определение величины годовой эквивалентной дозы облучения производилось на основе комбинации экспериментальных и аналитических методов.

К искусственным источникам ионизирующего излучения относятся продукты работы предприятий ядерного топливного цикла и испытаний ядерного оружия, а также доза от медицинских процедур. Последние

воздушные ядерные взрывы в США и СССР были произведены более 50 лет назад, доза от них сформирована, ее величина незначительна по сравнению с другими источниками радиоактивного излучения. Наиболее близкие к Луганску атомные электростанции (Курская, Воронежская и Южноукраинская) находятся на расстоянии более 300 км и работают в штатном режиме, потому их вклад в формирование годовой дозы не превышает 1%, что меньше погрешности измерений вклада более мощных источников.

Существенный вклад в годовую дозу облучения населения продолжают вносить источники медицинского назначения. Любые медицинские процедуры с использованием рентгеновской техники приводят к дополнительному облучению органов человека, повышая тем самым риск возникновения онкологических заболеваний. В основном, медицинская доза формируется за счет ежегодной флюорографии, которая в большинстве развитых стран является обязательной. Согласно [1], на одного человека от медицинских процедур приходится 0,40 мЗв/год, однако стоит помнить, что даже для рентгеновских аппаратов одной модели она может отличаться в широких пределах.

К естественным источникам ионизирующего излучения относятся космическое излучение, гамма-излучение почвы и стройматериалов, внутренне облучение от продуктов питания и облучение дочерними продуктами радона в помещениях.

Доза космического излучения формируется за счет высокоэнергетических частиц, попадающих в атмосферу Земли и ионизирующих ее атомы. У поверхности Земли космическое излучение полностью представлено вторичными заряженными частицами, для Луганска (48°35' с.ш., 39°20' в.д.; 117 м над уровнем моря) мощность дозы космического излучения была вычислена по эмпирической зависимости, предложенной в [2], и составила 0,31 мЗв/год.

Величина внутреннего облучения от инкорпорированного нуклида ^{40}K , попадающего в организм с пищей, принималась на уровне 0,30 мЗв/год согласно [3].

Годовая доза от гамма-излучения почвы измерялась на территории студгородка ЛУ имени Тараса Шевченко, ее величина составила 0,21 мЗв/год (0,12 мкЗв/час \times 1 760 час/год). Время пребывания на открытой местности бралось согласно рекомендаций НРБ-99/09 РФ.

Поступление радона в здания в основном происходит из почвы и строительных материалов. Было проведено полное радиологическое обследование помещений университета, по результатам измерений средняя геометрическая эквивалентная равновесная объемная активность (ЭРОА) радона в помещениях университета составила $53,3 \pm 3,8$ Бк/м³. При пересчете в мощность дозы время пребывания человека в помещении принималось 7 000 ч/год, а значения ЭРОА и МЭД в жилых помещениях равными средним по университету. При этом годовая доза облучения в закрытых помещениях составила 4,2 (3,50 + 0,70) мЗв.

Суммарная годовая доза облучения сотрудников составила 5,42 мЗв, ее распределение по источникам показано на рис. 1. Согласно рис. 1, на облучение

в помещениях приходится 77% годовой дозы, причем в более радоноопасных районах Луганска (Жовтневом и Каменнобродском) процент будет еще выше.

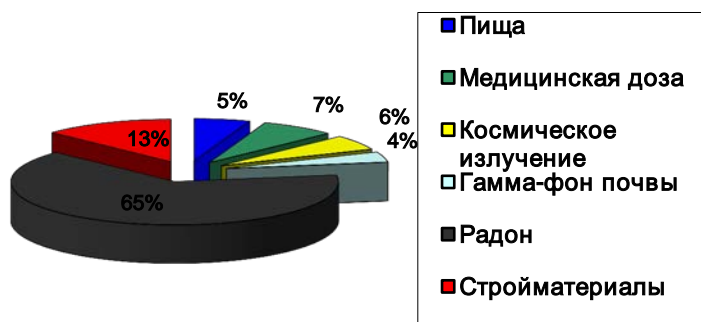


Рис. 1. – Структура дозовой нагрузки

В результате исследований было показано, что большую часть годовой дозы радиоактивного облучения человек получает в закрытых помещениях (более 75%) от гамма-излучения строительных материалов и дочерних продуктов радона. В то же время, вклад искусственных источников излучения пренебрежимо мал.

Литература:

1. Arvela, H., Holmgren, O., Reisbacka, H. Radon prevention in new construction in Finland: a nationwide sample survey in 2009. Rad. Prot. Dosim. 2010. No. 148 (4). Pp. 465 - 474.
2. Очкин, А.В. Введение в радиоэкологию. Учеб. пособие / А.В. Очкин, Н.С. Бабаев, Э.П. Магомедбеков. – М.: ИздАТ, 2003. – 200 с.
3. Valmari, <http://rpd.oxfordjournals.org/content/152/1-3/146.abstract> - corresp-1 T., Arvela, H., Reisbacka, H. Radon in Finnish apartment buildings. Rad. Prot. Dosim. 2012. No. 152(2-3). Pp. 146 - 149.

А.В. Калайдо
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

ОЦЕНКА РАДОНООПАСНОСТИ ПОМЕЩЕНИЙ ЛУГАНСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ ТАРАСА ШЕВЧЕНКО

На данный момент облучение дочерними продуктами распада (ДПР) радона в помещениях официально признано второй по тяжести после курения причиной смертности от рака легкого. Большую часть годовой дозы облучения от источников ионизирующего излучения (ИИ) человек получает в закрытых

помещениях, где основным дозообразующим фактором как раз и выступают ДПР радона.

Изучение уровней радона в воздухе учебных помещений имеет большое социальное значение, поскольку доказана большая чувствительность детей (наряду с курильщиками) к действию радона. Не менее важным является вопрос радоновой безопасности помещений высших учебных заведений с двухсменной схемой обучения, находящихся на потенциально радоноопасных территориях, к которым относится территория Донбасса.

Радон – благородный радиоактивный одноатомный газ без цвета и запаха, не имеющий стабильных изотопов. Основной радионуклид ^{222}Rn образуется в семействе урана, но серьезную опасность для здоровья представляет не он, а короткоживущие ДПР ^{218}Po (RaA), ^{214}Pb (RaB) и ^{214}Bi (RaC), попадающие в легкие при дыхании и не успевающие из них вывестись из-за малого $T_{1/2}$.

Количественной характеристикой содержания радона в воздухе помещений является его эквивалентная равновесная объемная активность (ЭРОА). Всемирной организацией охраны здоровья (ВООЗ) рекомендован национальный контрольный уровень ЭРОА в 100 Бк/м^3 , при недостижимости ЭРОА не должно превышать 300 Бк/м^3 . В Украине предельно допустимое ЭРОА составляет 50 Бк/м^3 для строящихся зданий и 100 Бк/м^3 для существующих; в РФ и РБ допускается среднегодовая ЭРОА радона не более 100 Бк/м^3 для строящихся зданий и не более 200 Бк/м^3 – для существующих [1].

Целью данной работы являлось установление соответствия содержания радона в университете нормам, установленным в РФ. Определение степени радоноопасности помещений Луганского университета имени Тараса Шевченко производилось на основе комплексного радиологического мониторинга учебных корпусов и территории студенческого городка.

Поступление радона в здания университета происходит из почвы, строительных материалов и с атмосферным воздухом [2]. Среднее мировое значение ЭРОА радона на открытом воздухе около 10 Бк/м^3 [3], в воздухе помещений – ЭРОА 37 Бк/м^3 [4], но в отдельных помещениях может она быть выше в сотни раз.

Большой интерес представляет вопрос о распределении уровней радона по этажам зданий. В западной научной литературе доминирует точка зрения, что радон – проблема нижних этажей, хотя отмечены случаи регистрации высоких ЭРОА радона на верхних этажах. На рис. 1 показано распределение уровней радона по этажам учебных корпусов №№ 1 – 3, полученное в результате проведения радиационного мониторинга.

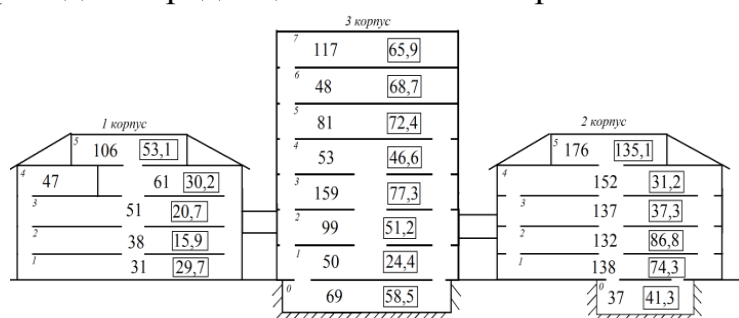


Рис. 4.6. – Распределение уровней радона по этажам в коридорах и в закрытых помещениях (в прямоугольнике)

Значения ЭРОА радона по этажам зданий не превышают контрольный уровень для существующих зданий. В то же время, снижение ЭРОА радона в коридорах учебных корпусов является эффективным мероприятием по снижению годовой коллективной дозу облучения сотрудников университета.

Мгновенные уровни радона исследовались в 404 помещениях в период отопительного сезона, по результатам измерений средняя геометрическая ЭРОА в отопительный период в помещениях университета составила

$$ЭРОА_{ср} = 53,3 \pm 3,8 \text{ Бк/м}^3,$$

а средняя арифметическая мощности гамма-излучения строительных материалов

$$МЭД = 0,102 \pm 0,002 \text{ мкЗв/час.}$$

Годовая доза облучения сотрудников университета составила 5,42 мЗв, причем на ДПР радона приходится 66% ее величины.

В процессе измерений были выявлены качественные отличия в источниках и механизмах поступления радона: на нижнем этаже главным источником являлась почва под зданием, на верхних – эманирование строительных материалов.

Кроме того, исследовалась суточная динамика поступления радона в помещения нижних этажей. Измерения показали ярко выраженный максимум (чаще всего один за сутки) и чередование выступов и провалов на диаграмме меньшей величины. Максимумы ЭРОА регистрировались в произвольное время суток, из чего можно сделать вывод о залповом поступлении радона в помещения нижнего этажа. Это свидетельствует о преобладающей роли геофизических процессов в формировании уровней радона в помещениях нижних этажей.

При величине ЭРОА радона 55,3 Бк/м³ в помещениях на долю облучения ДПР радона приходится более 65% годовой эффективной эквивалентной дозы, поэтому существует необходимость в проведении противорадоновых мероприятий для ее снижения до уровней порядка 25 Бк/м³, достижение которых возможно только за счет организационных мероприятий. Широкий диапазон вариаций ЭРОА радона в помещениях университета (от 11 до 225 Бк/м³) показал необходимость дифференцированного подхода выбора подходов к обеспечению радиационной безопасности помещений.

Литература:

1. Нормы радиационной безопасности (НРБ-99): Гигиенические нормативы СП 2.6.1.758-99. – М.: Центр санитарно-эпидемиологического нормирования гигиенической сертификации и экспертизы Минздрава России, 1999. – 116 с.
2. UNSCEAR, 1982: Sources and Effects of Ionizing Radiation. Report to the General Assembly with Annexes. New York, 1982. 115 p.

3. Крисюк, Э.М. Радиационный фон помещений / Э.М. Крисюк. – М.: Энергоатомиздат, 1989. – 119 с.

4. 106. ICRP: Protection against Radon-222 at Home and at Work. ICRP Publication 65. *Ann. ICRP*. 1993. No. 23(2). 115 p.

П. Б. Гофман
ДЗ «Луганський університет
імені Тараса Шевченка»,
м. Луганськ

ФОРМУВАННЯ ГОТОВНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ ДО ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Розвиток системи професійної підготовки майбутніх учителів фізичного виховання відбувається в напрямку творчого оволодіння ними педагогічною професією, уміння плідно працювати, постійного самовдосконалення у процесі активної підготовки до професійної діяльності. Наголос у роботі викладача має зміщуватися на стимуляцію активності самих студентів, розвиток творчих здібностей, забезпечення повноцінної активної підготовки до професійної самореалізації.

Головною метою навчання студентів у вищому закладі освіти є формування їхньої готовності до професійної діяльності. Така готовність є інтегральним станом людини, що передбачає сформованість у неї системи необхідних знань, умінь, навичок, потреб, мотивів і здібностей, тобто всього того, що визначає професійні якості фахівця та зумовлює його ставлення до фахової діяльності.

Проблема готовності до професійної діяльності вчителя фізичного виховання та її здобуття в умовах фахової підготовки має актуально-перспективний характер, що вказує на посилення значення тих наукових досліджень, які розкривають її структуру, місце та зв'язки в системах вищого порядку.

Мета роботи полягає в дослідженні та узагальненні теоретичних основ формування в майбутніх фахівців з фізичного виховання готовності до професійної діяльності.

Майбутні фахівці з фізичної культури повинні організовувати та проводити роботу в галузі фізичної культури в різних навчальних закладах, стимулювати гармонійний фізичний розвиток особистості засобами фізичної культури і спорту, формувати у неї вміння, необхідні для життя, виробничої та військової діяльності, розвивати фізичні якості, підвищувати рівень функціональних можливостей організму.

Успішна підготовка студентів до майбутньої професійної діяльності можлива тільки за умови усвідомлення ними реальних можливостей впливу на власний організм. Адже в такому випадку молода людина активно залучається до

процесу фізичної підготовки, спрямовуючи педагогічні вимоги на рівень вимог до самого себе. При створенні моделі професійної готовності педагога необхідно враховувати, що готовність до професійної діяльності – це системне утворення, яке, по-перше, включає ряд елементів, які пов'язані між собою; по-друге, вибірково взаємодіє з навколишнім середовищем; по-третє, має інтеграційну властивість цілого, яка не зводиться до властивостей окремих її частин.

На сьогоднішній день науковці виділяють такі критерії готовності до професійної діяльності: 1) особистісний компонент: критерії – сприйняття буття, емпатія, автономність, ціннісні орієнтації, креативність; 2) діяльнісний компонент: критерії – професійне самосприйняття, цілеспрямованість, комунікативність.

Для оцінки готовності до професійної діяльності майбутніх учителів фізичного виховання на основі якісних показників учені виділяють три рівні її сформованості.

Низький рівень готовності до професійної діяльності характеризується: баченням майбутнім учителем фізичного виховання минулого, теперішнього й майбутнього рівня своїх професійних умінь як зовсім не пов'язаних одне з одним; несамостійністю в думках і вчинках; відсутністю розуміння інших людей, їх емоцій і почуттів; низькою самоповагою, високим рівнем егоцентризму; низьким рівнем свідомого контролю над подіями власного життя, у тому числі над професійно значущими; відсутністю орієнтації особистісних цінностей на ідеали істини, краси, доброти, цілісності, життєвості, унікальності, досконалості, справедливості, порядку тощо.

Середній рівень характеризують: самостійність суджень; вирішення поставлених завдань діяльності, активність та ініціативність у діяльності; грамотне використання організаторських, проектувальних, конструктивних умінь; розвинута рефлексія; достатній для правильного проведення заняття з фізичного виховання рівень знань і вмінь з теорії та методики фізичного виховання.

Високий рівень характеризується таким: глибоким усвідомленням сутності педагогічної культури, самостійною оцінкою та вибірково прийняттям її елементів; діяльність студента відрізняється стабільним проявом та високим рівнем усіх складових професійної підготовки в будь-яких обставинах; студент уміє контролювати свої емоції, орієнтуватися на партнера по спілкуванню, уникає в спілкуванні категоричних висловлювань, знаходить вихід із конфліктної ситуації.

Перспективними резервами навчально-вихованого процесу у формуванні готовності до професійної діяльності майбутніх учителів фізичного виховання у період навчання у вищому навчальному закладі є трансформація викладання професійно-спрямованих дисциплін з метою інтенсифікації підготовки

майбутніх учителів фізичного виховання до професійної самореалізації та використання дозвілля студентів, яке не регламентовано навчальними планами.

Висновки.

1. На підставі вивчення та аналізу психолого-педагогічної літератури, поняття „готовність до професійної діяльності” визначається нами як стан, що характеризується високим рівнем сформованості, оптимальним співвідношенням і збалансованим проявом особистісних якостей, професійних знань і умінь, творчих здібностей, що необхідні для ефективної реалізації особистісного потенціалу у майбутній професійній діяльності.

2. Критеріями сформованості готовності до професійної діяльності вважають: в особистісному компоненті – спортивно-педагогічну спрямованість; творчу активність; продуктивну навчальну мотивацію; самоуправління, автономність, креативність, ціннісні орієнтації; у діяльнісному компоненті – рівень професійної підготовленості, цілеспрямованість, професійне самосприйняття, комунікативність.

3. Для оцінки готовності до професійної діяльності майбутніх учителів фізичного виховання на основі якісних показників учені виділяють три рівні її сформованості – низький, середній і високий з відповідними характеристиками.

Література:

1. Болюбаш Я. Я. Організація навчального процесу у вищих закладах освіти : Навч. посібник для слухачів закладів підвищення кваліфікації системи вищої освіти / Я. Я. Болюбаш. – К. : ВВП „КОМПАС”, 1997. – 64 с.

2. Зязюн І. А. Філософія педагогічної якості в системі неперервної освіти / І. А. Зязюн // Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. – 2005. – № 25. – С. 13-18.

3. Кондрашова Л. В. Теоретические основы воспитания нравственно-психологической готовности студентов пединститутков к профессиональной деятельности : дисс. ... докт. пед. наук : 13.00.01 / Л. В. Кондрашова. – М., 1989. – 363 с.

4. Лозова В. І. Теоретичні основи виховання і навчання: Навчальний посібник для студентів пед. навч. закладів / В. І. Лозова, Г. В. Троцько. – Х., 1997. – 338 с.

5. Мазін В. М. Формування культури професійної самореалізації майбутніх учителів фізичного виховання : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / В. М. Мазін. – Запоріжжя, 2008. – 222 с.

6. Слостенин В. А. Формирование личности учителя советской школы в процессе профессиональной подготовки / В. А. Слостенин. – М., 1976. – 160 с.

ФОРМУВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я УЧНІВ СТАРШОЇ ШКОЛИ ЗАСОБАМИ АЕРОБНИХ ФІТНЕС-ПРОГРАМ З ЕЛЕМЕНТАМИ СУЧАСНИХ ЄДИНОБОРСТВ

Головними завданнями освіти є формування творчої особистості, забезпечення становлення її фізичного та морального здоров'я. Аналіз чинників, що зумовлюють виникнення в учнів різних патологічних станів, свідчить про неефективне застосування засобів фізичної культури в школі та за місцем проживання, низький рівень знань учнів у галузі фізичної культури й оздоровчих технологій, наявність негативної мотивації до систематичних занять фізичною культурою, відсутність в них піклування про здоровий спосіб життя.

Сучасні фітнес-програми як форми рухової активності, спеціально організованої в рамках групових або індивідуальних занять, мають оздоровчу, корекційну, рухово-кондиційну спрямованість, містять потенціал до вдосконалення традиційних форм фізичного виховання.

Інноваційні оздоровчі програми є доступними, побудованими на природних рухах, мають високу ефективність у збереженні й розвитку здоров'я представників різних вікових груп населення. На думку спеціалістів, школа – ідеальне місце для реалізації міждисциплінарних комплексних оздоровчих програм, сучасних фізкультурно-оздоровчих програм, технологій і методик.

Мета роботи: теоретично обґрунтувати організаційно-методичні умови впровадження аеробних фітнес-програм з елементами сучасних єдиноборств, що сприяють оптимізації процесу фізичного виховання учнів старшої школи.

Фітнес-програми на основі оздоровчих видів гімнастики мають дуже актуальне значення у життєдіяльності людини, тому що забезпечують: оперативне вдосконалення міжм'язової координації основних параметрів техніки рухової дії; термінове розгортання дихальних процесів з метою забезпечення реалізації її адаптаційних можливостей; виконання значного обсягу рухової діяльності шляхом збереження високого рівня працездатності; оперативне відновлення психофізичних можливостей людини шляхом поєднання дихальних вправ та методів релаксації; використання великої кількості фізичних вправ із групи природних локомоцій.

Оптимізація сучасної системи фізичної культури школярів повинна здійснюватися на науковій основі інтеграції в її зміст нових, популярних та ефективних аеробних технологій оздоровлення і фізичного удосконалювання, таких як степ-аеробіка, кікс-аеробіка, бокс-аеробіка, слайд-аеробіка, тай-бо, фітбол-аеробіка, кі-бо, супер-стронг, тераробіка, лоу-аеробіка, танцювальна

аеробіка, флекс та ін. Результатом такої інтеграції повинно бути створення інноваційної програми з фізичної культури для школярів загальноосвітніх шкіл.

Мотивація школярів є основним компонентом у процесі організації учбової діяльності. Вона відображає зацікавленість учнів заняттями, їх активне й усвідомлене відношення до власної діяльності – навчання. Для підвищення ефективності педагогічного впливу на учнів та раціоналізації їх навчальної діяльності необхідно цілеспрямовано формувати їх мотивацію до занять фізичною культурою таким чином, щоб досягти високого ступеня зацікавленості учнів загальноосвітніх шкіл заняттями і їх впевненості у доцільності цих занять.

Оптимізація програми фізичної культури школярів повинна здійснюватися на основі включення в умови частково урочної форми, позакласної роботи та самостійної роботи щодо спеціальних занять аеробними вправами. При цьому слід враховувати, що структурні особливості побудови занять з використанням сучасних фітнес-програм повинні оптимально сполучатися з уроками фізичної культури.

Процес застосування аеробних вправ з елементами сучасних єдиноборств у процесі навчання фізичної культури учнів старшої школи пропонується структурувати трьома взаємопов'язаними етапами реалізації у практичних умовах функціонування основної школи протягом навчального року. Системоутворюючим фактором таких методик є оптимізація результатів фізичної підготовленості, стану індивідуального здоров'я, профілактики шкідливих звичок старшокласників.

Перший етап – мотиваційно-підготовчий. Мета етапу: сприяти індивідуалізованому розвитку адаптаційних можливостей підлітків до фізичних навантажень різної інтенсивності та обсягу, що входять до складу методики застосування фітнес-програми.

Другий етап – мотиваційно-тренувальний. Мета етапу: ефективний розвиток функціональних систем організму в режимі аеробної витривалості.

Третій етап – мотиваційно-стабілізуючий. Мета етапу: стабілізація психоемоційних і функціональних можливостей учнів та формування у них знань і навичок щодо самостійних занять фізичними вправами в режимі аеробної витривалості.

Основною організаційно-методичною умовою реалізації кожного етапу є дотримання їх специфічних характеристик – тривалості, домінуючих засобів і їх співвідношень, інтенсивності за відсотком від максимального споживання кисню, частоти серцевих скорочень та моторної щільності занять.

Висновки.

1. Одним із перспективних напрямком оптимізації навчально-виховного процесу в старшій школі є збагачення уроків фізичної культури комплексами вправ аеробної структури, під впливом яких значно підвищуються показники індивідуального здоров'я учнів.

2. Однією з найважливіших організаційно-методичних умов впровадження інноваційних фітнес-програм з елементами сучасних єдиноборств (тай-бо, кікс-аеробіка, кі-бо, бокс-аеробіка) у процес навчання фізичної культури учнів

старшої школи є їхня інтеграція у загальну структуру фізкультурно-оздоровчої роботи загальноосвітніх навчальних закладів.

3. З метою ефективного формування індивідуального здоров'я учнів старшої школи, інноваційні фітнес-програми з елементами сучасних єдиноборстврекомендується структурувати трьома етапами їх реалізації: етап мотиваційно-підготовчого, етап мотиваційно-тренувального та етап мотиваційно-стабілізуючого впливу.

4. Основним цільовим орієнтиром у процесі впровадження в систему фізичного виховання учнів старшої школи інноваційних аеробних фітнес-програм з елементами сучасних єдиноборстввиступає стан індивідуального здоров'я учнів. Однією з основних організаційно-методичних умов впровадження означених технологій повинно стати індивідуалізоване дозування фізичних навантажень.

Література:

1. Апанасенко Г. Л. Физическое здоровье и максимальная аэробная способность индивида / Апанасенко Г. Л., Науменко Р. Г. // Теория и практика физической культуры. – 1988. – № 4. – С. 29–31.

2. Дубогай О. Д. Щоденник зміцнення здоров'я / О. Д. Дубогай // Валеологія, 1997. – № 7. – С. 12.

3. Душанин С. А. Самоконтроль физического состояния / С. А. Душанин, Е. А. Пирогова. – К.: Здоров'я, 1980. – 128 с.

4. Круцевич Т. Ю. Методы исследования здоровья детей и подростков в процессе физического воспитания / Т. Ю. Круцевич. – К.: Олімпійська література, 1999. – 232с.

5. Купер К. Аэробика для хорошего самочувствия / Купер К. [пер. с англ.]. – 2-е издание доп., перераб. – М.: ФиС, 1989. – 224 с.

VI. НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ

А.А. Кретов

*Луганский национальный аграрный университет,
г. Луганск*

ОРГАНИЗАЦИЯ НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СРЕДИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ ЛУГАНСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО АГРАРНОГО УНИВЕРСИТЕТА

Научное товарищество творческой молодежи (НТТМ) - это разветвленная сеть, координирующая студенческую научную деятельность в Луганском национальном аграрном университете. Оно объединяет студентов всех факультетов и специальностей, которые желают заниматься научно-исследовательской работой.

Научное товарищество творческой молодежи Луганского национального аграрного университета сформировано с целью, создать благоприятные условия для развития и реализации творческих способностей студентов.

Что дает студентам, участие в научной работе университета? Прежде всего – это развитие интеллекта, изобретательности, творческих способностей, получение опыта в разрешении определенных практических и теоретических проблем, дополнительных знаний по избранной специальности, возможность перенять многолетний опыт научных руководителей. Ведь как говорил Альберт Эйнштейн: «Единственный разумный способ обучать людей - это подавать им пример».

Острая необходимость в знаниях, которые студенты получают в процессе работы в научных кружках, появляется когда, завершается обучение в университете и осуществляется поиск достойного места работы. Тогда, когда сотни студентов такой же специальности оказываются в условиях конкуренции. И именно в этот момент, интеллект, научная база, умение быстро находить нестандартные решения молодого специалиста помогут выстоять в конкурентной борьбе и поспособствовать его профессиональному становлению и, в конечном счете, успеху. Как говорил Уинстон Черчилль: «Кто владеет информацией - тот владеет миром!»

Научное товарищество университета включает в себя восемь студенческих научных товариществ университета, при каждом факультете. Общее руководство каждым научным товариществом на факультетах осуществляют научные консультанты, выбранные из числа профессорско-преподавательского состава. Каждое научное товарищество факультета, в свою очередь, включает научные кружки при различных кафедрах. В каждом из которых осуществляет руководство научный руководитель. Сегодня в университете функционируют более шестидесяти студенческих научных кружков, в работе которых ежегодно принимают участие около двух тысяч студентов.

Следует также сказать, что на каждом факультете существует студенческий координатор НТТМ, который является связующим звеном научной деятельности на факультете с научной деятельностью всего университета. Каждый студенческий координатор НТТМ факультета осуществляет работу по одному из семи направлений:

- издательская работа;
- участие в конференциях;
- участие в конкурсах научных работ;
- изобретательская работа;
- организация конференций;
- участие в олимпиадах;
- международные связи в научном аспекте;
- информационная работа.

Так, студенты, которых интересуют вопросы каждого из этих направлений, могут получать необходимую информацию не только от научных консультантов, но и от ребят, закрепленных за данным направлением.

В чем же заключается непосредственная работа студентов в научном товариществе? Это, прежде всего, участие в студенческих олимпиадах, в научных конференциях, конкурсах научных работ и круглых столах. Члены НТТМ активно участвуют в подготовке и проведении научных конференций, регулярно формируют и издают сборники научных работ студентов.

Благодаря развитию НТТМ многие студенты университета достигли высоких результатов в научной деятельности. И это в очередной раз доказывает мысль Вольтера: «Успехи науки – это дело времени и смелости ума!»

Мы приглашаем все студенческие научные общества к сотрудничеству в научной сфере. Научные консультанты, руководители кружков и студенты Луганского национального аграрного университета всегда готовы предложить всестороннее содействие в научно-исследовательской деятельности и помочь совместно реализовать наши творческие способности.

А. В. Семенихина

Луганский университет имени Тараса Шевченко

г. Луганск

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ ЮНОШЕЙ И ДЕВУШЕК

Современное общество характеризуется изменением привычной картины мира. Причем динамика этих изменений весьма стремительна. Трансформируются механизмы социальной регуляции, традиционного полоролевого баланса, расширяется спектр возможностей выбора форм и способов жизненного самоопределения. Особенно остро все новшества проявляются в поведении и способах мышления юношей и девушек. Однако в стремительно меняющемся общественном сознании существуют некие стандарты, которые «цементируют» восприятие, возвращая к традиционным

представлениям о нормах поведения. В качестве таких стандартов выступают стереотипы, наиболее устойчивыми из которых являются гендерные стереотипы.

Гендерные стереотипы – это схематические представления о мужчинах и женщинах, их месте в обществе, о соответствующем социальном поведении, функциях и социальных задачах полов [1]. Их можно определить как упрощенные, стойкие, эмоционально окрашенные образы поведения и черт характера мужчин и женщин, которые проявляются во всех сферах жизни человека: самосознании, межличностном общении, межгрупповом взаимодействии [2]. Стереотипы действуют на подсознательном уровне подобно схемам, управляя обработкой информации. Таким образом, человек склонен замечать и запоминать только ту информацию, которая вписывается в привычный формат, или подтверждает стереотип. Иногда люди сами создают свидетельства, подтверждающие правильность их стереотипов, как бы подгоняя поведение других людей под конкретный стереотип [3]. Гендерные стереотипы из поколения в поколение передаются в семьях, усваиваются из круга общения, формируются под влиянием учебной среды, средств массовой информации, литературных источников.

Выполняя стабилизирующую общество функцию, гендерные стереотипы часто содержат устаревшие модели поведения, что может представлять барьер для практической реализации политики гендерного равенства в государстве.

Существуют исследования, указывающие на зависимость стереотипности мышления субъекта от уровня его образования. Согласно этим данным, чем выше уровень образования человека, тем меньше он подвержен стереотипизации [4, с.17].

Традиционно гендерные стереотипы разделяют на три группы:

1. Стереотипы маскулинности – фемининности (мужественности / женственности). Данными понятиями описывают черты и свойства, присущие мужчинам и женщинам, а также нормативные эталоны идеального мужчины и идеальной женщины.

2. Стереотипы, закрепляющие за женщинами и мужчинами определенные социальные роли в семейной сфере жизни.

3. Стереотипы, отражающие различия между мужчинами и женщинами в занятиях определенными видами деятельности, в профессиональной жизни [2; 5].

Для исследования гендерных стереотипов юношей и девушек были использованы методы тестирования и анкетирования. Сознательный выбор респондентами тех или иных гендерных стереотипов исследовался с помощью авторской анкеты из 24 утверждений, отобранных методом контент-анализа популярных женских и мужских изданий. Бессознательный выбор стереотипов был исследован с помощью адаптированного варианта Цветового теста отношений Люшера – Эткинда. Также для изучения таких социальных факторов, как образование испытуемых, состав семьи и уровень образования родителей, была составлена специализированная мини-анкета. С целью

обработки эмпирических данных были использованы методы дескриптивного и корреляционного анализа.

В исследовании приняли участие 100 парней и 100 девушек в возрасте от 18 до 23 лет. Женские и мужские выборки были разбиты на 2 подгруппы: 1) юноши и девушки, которые уже получили или получают высшее образование; 2) юноши и девушки без высшего образования.

Девушки с высшим образованием на сознательном уровне оказались менее стереотипизированными, нежели девушки без высшего образования. Им присущ лишь один стереотип о том, что женщина не должна быть легкодоступной для мужчин. На подсознательном уровне девушки с высшим образованием также выбрали данный стереотип, дополнив его убеждением в том, что мужчина должен зарабатывать больше, чем женщина.

Девушки без высшего образования на сознательном уровне выбрали следующие стереотипы: мужчине не обязательно выглядеть привлекательно; женщина должна быть скромной; женщина должна выходить замуж девственницей. На подсознательном уровне девушки без высшего образования выбрали стереотипные установки о том, что руководителями должны быть мужчины и семья для мужчины – не главное. Подобные сознательные и подсознательные выборы свидетельствуют о том, что девушки, не получившие высшего образования, склонны транслировать традиционные, во многом устаревшие гендерные стереотипы.

Юноши с высшим образованием, как на сознательном, так и на подсознательном уровне, считают, что женщина должна всегда хорошо выглядеть; ответственность за финансовое благополучие семьи лежит на мужчине; карьера – основа жизни мужчины, он должен иметь престижную работу; женщина должна выходить замуж девственницей; мужчина всегда должен стремиться завоевать и покорить женщину; женщина всегда стремится замуж; женщина не должна стремиться зарабатывать больше мужчины; женщина не должна стремиться овладеть типично мужской профессией. Таким образом, мы наблюдаем у парней с высшим образованием большой набор гендерных стереотипов, представляющих все три группы – стереотипы мужественности / женственности, стереотипы семейных и профессиональных ролей.

Юноши без высшего образования избрали стереотипами о том, что мужчина, занимающийся типично женской профессией, становится женственным; мужчина должен зарабатывать больше, чем женщина; мужчина должен все решать сам, а не идти на поводу у женщины; женщина должна заботиться о мужчине, а мужчина быть ее защитником; женщина не должна быть легкодоступной для мужчин. Указанные стереотипы трудно назвать современными, скорее они являются отражением суждений представителей старшего поколения – родителей юношей.

На степень стереотипизации и усвоенные гендерные стереотипы оказывает влияние не столько собственное образование испытуемых, сколько общий уровень образованности семьи, образование каждого из родителей. Это

объясняется тем, что гендерные стереотипы усваиваются в детстве, на процесс их формирования оказывает влияние семья, ее традиции и устои.

Девушки, чьи матери имеют высшее образование, склонны воспроизводить стереотипы о том, что все женщины стремятся выйти замуж; для мужчины семья – не главное; женщина должна всегда хорошо выглядеть. В семьях, где мать не имеет высшего образования, девушки выбрали следующие стереотипы: ответственность за сохранение семьи лежит на женщине; мужчина должен все решать сам, а не идти на поводу у женщины; ответственность за финансовое обеспечение семьи лежит на мужчине. В данных выборах прослеживается четкое разделение обязанностей между мужчиной и женщиной, где мужчина – добытчик, а женщина – хранительница домашнего очага. Подобная стратегия более проявлена у женщин, не имеющих высшего образования.

Существенных корреляционных связей между уровнем образования отца и гендерными стереотипами девушек обнаружено не было. Возможно, это объясняется тем, что в гендерной социализации девушек первостепенную роль играет мать. Была выявлена лишь одна закономерность: чем ниже уровень образования отца, тем больше девушка подвержена стереотипу о том, что женщина должна выходить замуж девственницей. Данный стереотип в современном обществе можно назвать рудиментарным.

Девушки, у которых оба родителя имеют высшее образование, склонны к таким стереотипам, как: материнство – основа жизни женщины, она должна рожать детей; женщина должна всегда хорошо выглядеть. Для девушек из семей, чьи родители оба не имеют высшего образования, приоритетным оказался один стереотип – карьера является основой жизни мужчины.

Молодые люди, матери которых имеют высшее образование, выразили стереотипные суждения о том, что ответственность за сохранение семьи лежит на женщине; мужчина, который занимается типично женской профессией, становится женственным. А юноши, чьи матери не имеют высшего образования, выбрали стереотипы о том, что мужчины должны быть активными и целеустремленными; ответственность за финансовое благополучие семьи лежит на мужчине; руководителями должны быть мужчины, а не женщины. Таким образом, юноши из семей, где у матери есть высшее образование, указывают на главенствующую роль женщины в семье. А в семьях, где мать не получила высшего образования, у юношей преобладают суждения, явно указывающие на главенство мужчины.

Юноши из семей, в которых отец имеет высшее образование, склонны считать, что мужчина все должен решать сам, а не идти на поводу у женщин; ответственность за сохранение семьи лежит на женщине; мужчины должны зарабатывать больше, чем женщины. Данные стереотипы отражают сравнение мужчин и женщин с последующим явным преобладанием мужчин. Молодые люди, отцы которых не имеют высшего образования, предпочитают лишь один

стереотип – женщина должна уметь готовить и вести домашнее хозяйство. Данное суждение отражает традиционные взгляды рабочих семей.

Юноши из семей, в которых оба родителя имеют высшее образование, в выборе стереотипов отражают более современные взгляды: мужчина должен быть добытчиком; женщина всегда должна хорошо выглядеть. Семьи без высшего образования наделяют своих сыновей следующими гендерными стереотипами: женщина должна выходить замуж девственницей; женщина должна уметь готовить и вести домашнее хозяйство; материнство – основа жизни женщины, она должна рожать детей. Данные стереотипы аккумулируют патриархальные устои общества.

Таким образом, можно сделать вывод, что в процессе гендерной социализации юношей и девушек, на усвоение тех или иных гендерных стереотипов оказывают влияние различные социальные институты, среди которых можно выделить семью и учебные заведения. Самым значимым институтом социализации, безусловно, остается семья. Исследование показало, что общий уровень образования в семье и уровень образования каждого из родителей оказывает значимое влияние на степень стереотипности мышления подрастающих детей, а также набор их гендерных стереотипов. Чем выше уровень образования родителей, тем меньший набор стереотипов демонстрируют юноши и девушки. Семья с низким уровнем образования формирует юношей и девушек, склонных к традиционным патриархальным гендерным стереотипам.

Уровень образования самих респондентов, хоть и вторично, но также оказывает влияние существование гендерных стереотипов. Так, юноши и девушки без высшего образования показывают более высокий уровень стереотипизации, а также высказывают суждения устаревшего характера. Наличие высшего образования у юношей и девушек помогает освободиться от многих нежизнеспособных гендерных стереотипов.

1. Литература:

2. Власова Т.І. Формування гендерних стереотипів у західноєвропейській філософії (історико-філософський аналіз): Дис... д-ра наук: 09.00.05. – ДНУ, Дніпропетровськ, 2007.

3. Клецина И. С. Самореализация и гендерные стереотипы // Психологические проблемы самореализации личности. – Вып. 2. – СПб.: изд. СПбГУ, 1998., С.188 – 202.

4. Берн Ш. Гендерная психология. – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2002. – 320 с.

5. Кон И.С. Маскулинность как история // Гендерные проблемы в общественных науках: Сб. науч. тр./ Отв. ред. И.М. Семашко, – М., 2001. – С. 9 – 38.

6. Кон И. С. Мужские исследования: меняющиеся мужчины в изменяющемся мире // Введение в гендерные исследования / Ч.1: Учебное пособие / Под ред. И.А. Жеребкиной, – Харьков: ХЦГИ, 2001., 571 с.

М. В. Бут

*Луганский университет
имени Тараса Шевченко*

г. Луганск

ПРОБЛЕМЫ ГИГИЕНЫ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Научно-технический прогресс и ускорение темпа жизни неизбежно приводит к необходимости овладевать большим объемом научных и прочих знаний и умений. В связи с этим во всем мире ежегодно увеличивается число людей, занимающихся умственной деятельностью во всех сферах жизни общества. В последующие годы эта тенденция будет сохраняться. Поэтому вопросы гигиены умственного труда становятся все более актуальными.

Умственный труд имеет ряд особенностей. Чаще всего он связан с длительной работой в закрытом помещении и сидячим образом жизни. Усиленная работа мозга требует большого притока крови к нему, что в свою очередь связано с повышением тонуса сосудов мозга. Это физиологическое повышение тонуса сосудов при неправильной организации труда может перейти в патологическое, что может привести к стойкому повышению артериального давления. Сидячая работа, зачастую в полусогнутом положении, приводит к длительному сдавливанию грудной клетки, что ухудшает вентиляционную способность легких и ведет к развитию хронической кислородной недостаточности. При длительной работе сидя создаются также условия для застоя крови в органах брюшной полости и таза, снижается моторная деятельность кишечника, что может привести к нарушению их функции.

Как всякая интенсивная работа, умственный труд неизбежно связан с утомлением, которое приводит к тому, что человеку приходится затрачивать на обычный объем работы больше энергии. Несмотря на это, он допускает ошибки, и, наконец, утомление приводит к невозможности продолжать работу. При неумении правильно организовать умственный труд наступает состояние хронического утомления, которое может закончиться истощением нервной системы или развитием сосудистого заболевания.

Цель – рассмотреть гигиену умственного труда в учебном процессе.

Задачи:

1. Дать характеристику понятия умственного труда.

2. Изучить основы гигиены труда учащегося.
3. Осветить проблемы гигиены учебного процесса.
4. Рассмотреть современные требования к гигиене умственного труда учащегося.
5. Представить предложения по гигиене учебного процесса.

К умственному труду (интеллектуальному труду) относится деятельность, связанная с приемом и переработкой информации, требующая напряженного функционирования процессов внимания, памяти, мышления, эмоциональной сферы. Научно-технический прогресс с каждым годом увеличивает число лиц, выполняющих преимущественно умственную работу. У многих профессий с традиционным преобладанием физического труда в настоящее время имеется стойкая тенденция к увеличению доли умственного компонента. Для большинства современных профессий характерны ускоренный темп, резкое увеличение объема информации, дефицит времени для принятия решений, возрастание социальной значимости этих решений и личной ответственности. Перечисленные факторы часто приводят к нервным перегрузкам, а как следствие — к возникновению сердечно-сосудистых и нервных заболеваний.

Основные виды умственного труда в современном производстве можно разделить на следующие группы:

1. Операторский труд.
2. Управленческий труд государственных служащих.
3. Творческий труд.
4. Труд учащихся и студентов.
5. Труд медицинских работников.

При умственном труде мозг — это не только регулирующий, но и работающий орган, поэтому влияние интеллектуальных нагрузок сказывается прежде всего на функциональном состоянии центральной нервной системы. Основное условие стабильного трудового процесса при умственной работе — это выработка и поддержание устойчивой доминанты, обесценивающей высокий уровень работоспособности.

Любая умственная работа вызывает нервно-эмоциональное напряжение. Для каждого рода деятельности необходим свой оптимум эмоционального напряжения, при котором реакции организма оказываются наиболее совершенными и эффективными. Под влиянием социальной среды аппарат эмоций у человека достиг высокой степени развития, чрезвычайно сложен и реагирует не столько на физиологические стимулы, сколько на сложные и тонкие социально-психологические мотивы, обусловленные во многом профессиональной деятельностью. Особенно часто эмоциональное напряжение возникает у человека в процессе оценочной деятельности (выбора альтернатив) и организации новых видов деятельности в соответствии с доминирующей потребностью. Эмоциональная активация крайне необходима при решении сложных мыслительных задач. Эмоции всегда выступают в роли организатора целенаправленной умственной деятельности, хотя наличие активации еще не гарантирует достижения верного результата, а чрезмерное перенапряжение может вызвать срыв.

Напряженность умственной деятельности — это характеристика труда, отражающая физиологическую стоимость нагрузки при психической работе.

Умственный труд предъявляет высокие требования к организму и поэтому гигиена умственного труда включает ряд специальных рекомендаций. Успешная умственная деятельность возможна лишь в условиях подчинения умственной работы строгому распорядку, при котором отводится, определенное время для труда и для отдыха. Ничто так не утомляет нервную систему, как отсутствие строгого режима. Тот, кто приступает к работе не в одно и то же время или откладывает наиболее трудное до лучших времен, быстрее устает и менее производительно работает.

Необходимым условием успешной творческой работы является постоянное умственное и духовное развитие, пополнение знаний. Человек, выбирающий своей специальностью интеллектуальную деятельность, должен быть готовым к учебе, продолжающейся всю жизнь; в этом залог творческой продукции, соответствующей требованиям времени.

Существуют закономерности, от которых зависит производительность умственного труда. Эти закономерности еще в начале века описал известный физиолог Н.Е.Введенский. Он установил следующее:

1. Количество продукта, произведенного за определенный отрезок времени, зависит от того, в каком состоянии находится Ваш организм. Если Вы работаете в определенном ритме и через определенные интервалы времени отдыхаете, то чем дольше Вы работаете, тем большей оказывается производительность Вашего труда: организм постепенно приобретает «инерцию работы», в короткие перерывы он не утрачивает этой «инерции», восстанавливает силы, и от цикла к циклу происходит активация всех функций и систем организма. Нужно знать, что в процессе УТ участвует не только мозг, но и весь организм, и для того, чтобы он приступил к работе, нужно время, то есть после каждого перерыва на отдых требуется некоторое время «на вработывание». Чем больше был перерыв, тем больше это время. Поэтому перерыв между циклами работы не должен превышать 10 минут. После 4-5 циклов целесообразен перерыв 30-60 минут, а через 10 часов занятий одним видом труда (определенной задачей) — прекращение этих занятий. Продолжительность цикла от 45 до 90 минут.

2. Если человек из-за недостатка времени решает отказаться от перерывов, производительность труда его падает, появляется «угнетение». Чем дольше учащийся работает таким образом, тем больше вред он наносит организму — появляется переутомление, сначала острое, а затем хроническое. Человек, однако, приносит вред не только своему здоровью: поскольку утомление от умственного труда — это притупление внимания, человек наносит вред всему делу. Он начинает делать ошибки, на исправление которых потом тратит значительно больше времени, чем он потратил бы на отдых.

3. Рациональное и оптимальное распределение времени.

В период более длительного отдыха, как, например, в вечерние свободные часы и в воскресные дни, необходимо увеличивать физическую нагрузку и обязательно на свежем воздухе.

Ошибочное мнение о том, что утомление – это вред для организма. Утомление неизбежно. Опасно не утомление, а пренебрежение к своему организму – продолжение работы, несмотря на сильное переутомление. Главный вопрос состоит в том, чтобы заметить утомление. Через 1-1,5 часа степень утомления бывает такова, что целесообразно сделать перерыв.

Второе правило гигиены умственного труда – наличие достаточного количества кислорода в помещении, где Вы работаете и в местах массового скопления людей. Для этого нужны регулярные проветривания в течение 10 минут через каждые 90 минут. В перерывы следует выходить из кабинета и устраивать сквозняк. Во время работы в кабинетах, наоборот, открывать окна в коридорах.

Третье правило гигиены умственного труда - состоит в том, что из-за продолжительного сидения организм устает. В движении или стоя мыслительные процессы протекают с большей скоростью. Отсюда сделайте вывод: при любой возможности лучше заниматься стоя или прогуливаясь.

Четвертое правило гигиены умственного труда – освещенность. Лампа мощностью 40-60 ватт должна находиться на расстоянии 30 см от рукописи слева. Абажур должен обязательно защищать глаза от прямого света лампочки. Рекомендуются иметь поверхность стола матовую, без бликов, лучше – зеленую.

Пятое правило гигиены умственного труда – регулярность питания. Питаться следует в одно и то же время, желательнее с перерывами не больше 4 часов. Ужин легкий (молочные продукты, овощи) не позже, чем за 2 часа до сна.

Шестое правило гигиены умственного труда – необходимость полноценного сна (7,5 – 8 часов в сутки).

Седьмое правило гигиены умственного труда – индивидуальный «пик формы». Работоспособность изменяется в течение суток. У многих людей наблюдаются пики примерно с 9.00 до 14.00 часов и с 18.00 до 23.00 часов, во время которых умственная деятельность наиболее продуктивна. Понаблюдайте за собой. Необходимо определить время индивидуального «пика формы». Планируйте самостоятельную важную работу именно на эти часы, а второстепенными хозяйственными делами занимайтесь в другое время. Это позволит экономить ежедневно час – полтора.

Соблюдение всех этих правил позволит сохранить бодрость и здоровье, увеличить производительность труда и испытать ту радость, которая известна только людям, привыкшим упорно трудиться.

Предложения:

1. Вести одно, два занятия для первокурсников по предложенной тематике: «Гигиена учебного процесса»;
2. Рассмотреть вопрос продолжительности цикла учебного времени (занятия);
3. Ввести штатную единицу психолога для преподавателей и учащихся;
4. Заменить отдельные стулья-парты, как неудобные для тучных людей и людей в возрасте;
5. Обратить внимание на чистоту учебных аудиторий и средств обучения;

6. Рассмотреть варианты прослушивания отдельных лекций (факультативных занятий) стоя.

Литература:

1. Азизова С.М.. Технологии умственной работы как фактор формирования у студентов стремлений к самореализации в их образовательной деятельности: Дис. канд. пед. наук, Махачкала, 2005. 153 с.

2. Зайцева С.С.. Культура умственного труда как педагогический феномен // Вестник УРАО. – М., 2007. – № 1. – С. 42-45.

3. Зайцева С.С.. Сущность и содержание самостоятельной работы студентов // Современное образование в контексте идей гуманистической педагогики и психологии: Сб. тр. Всерос. науч.-практ. конф. – Элиста: Калмыц. филиал Моск. гос. открыт.пед. ун-та им. М. А. Шолохова, 2006. – С. 102-106.

4. Зайцева С.С.. Учебная деятельность студентов и культура их умственного труда. // Актуальные вопросы образования и производства: Сб. матер. 7-й Всерос. науч.-практ. конф. – Н. Новгород: ВГИПУ, 2006. – 115-118.

5. Климов Е.А., Носкова О.Г.. История психологии труда в России. – М., 2002.

6. Умственное переутомление и гигиена умственного труда: [Публ. лекция] / Проф. И. Кияницын. – <http://www.oldbooks.ru/e-store/books/bbgr/index.php>.

*Л. Н. Трачук,
Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г. Луганск*

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ИНТИМНОСТИ В БРАЧНО-СЕМЕЙНЫХ ОТНОШЕНИЯХ

В современных семейно-брачных отношениях интимность занимает важное место. В последние годы наблюдается увеличение количества разводов, обусловленных ухудшением психологического климата семьи. Понятие интимность определяется как чистосердечные, самые близкие, сокровенные, задушевные, глубоко личные отношения людей; полное доверие без каких-либо взаимных претензий. Когда двое доверяют друг другу, они спокойно открывают свои тайные мечты, делятся восприятием, опытом, свободны в проявлении чувств и поведении, не требуя ничего взамен. Но есть и односторонняя интимность, в которой один из партнёров готов к интимности, а другой сопротивляется ей или может использовать её для своей выгоды. Сексуальная интимность проявляется в половом общении, которое позволяет мужчине и женщине выразить свою взаимную любовь в духовном и физическом единстве. С моральной и этической точки зрения сексуальная интимность - наиболее желательный как для индивидуума, так и для общества способ удовлетворения жажды физической и духовной близости. У каждой

пары есть сексуальные желания, которые люди так или иначе способны выразить при наличии близких интимных отношений.

Когда же людям не хватает близости, теплоты, открытости, доверия, взаимности чувств, то сексуальная близость может быть лишь удовлетворением физиологических потребностей без интимности [1]. Следовательно, семейно-брачные отношения просто пронизаны интимностью. Термины «брак» и «семья» как в обыденной речи, так и в научных публикациях обычно находятся рядом. Это правомерно, поскольку явления, обозначаемые этими терминами, тесно взаимосвязаны. Однако брак и семья - не одно и то же, это не тождественные, а скорее пересекающиеся понятия, ведь семья может существовать без брака, а брак - без семьи [2, с.23].

Брак – это особый общественный институт, особая форма общественного устройства, исторически обусловленная, санкционированная и регулируемая обществом форма отношений между мужчиной и женщиной, устанавливающая их права и обязанности по отношению друг к другу и к своему потомству.

Брачная форма регулирования отношений между представителями различных половых групп появилась не сразу. В глубочайшей древности на первых стадиях процесса превращения обезьяньего стада в человеческое общество отношения между людьми, в том числе и между полами, регулировались только биологическими импульсами, потребностями. Каждая женщина данного стада могла принадлежать каждому мужчине этого же стада, и наоборот, каждый мужчина – каждой женщине [3, с.211].

Впоследствии, в связи с тем, что возникающие довольно часто конфликты в отношениях между людьми на сексуальной основе стали угрожать самому существованию данного рода, общество было вынуждено ввести искусственное регулирование сексуальных отношений. Было введено половое табу, полный и безусловный запрет на сексуальные связи между людьми данного рода в определенные периоды. Постепенно это породило новые экзогамные связи между людьми: лишенные возможности вступать в связь с женщинами своего рода, мужчины стали вступать в случайные связи с женщинами другого рода, другой общности.

Супружеству и семье посвящены тысячи книг и научных исследований. Еще античные мыслители уделяли внимание этой проблеме. Платон, например, считал, что женщины должны обучаться тем же искусствам, что и мужчины, так же как и они овладевать воинскими навыками. У него можно, как отмечает В.Н. Дружинин, найти вполне конкретные рекомендации, как обеспечить здоровое потомство. Так, по его мнению, самых крепких детей рожают женщины в возрасте от 20 до 40 лет от мужчин не старше 35 лет. Хорошо, когда супруги различны по темпераменту, это обеспечивает уравновешенное потомство [4; с.46]. Начало систематического изучения семьи положила работа Ф. Энгельса «Происхождение семьи, частной собственности и государства», где автором были сделаны выводы, что данный социальный институт менялся в прошлом, и будет постоянно развиваться, в зависимости от уровня производства.

Потребность в психологическом знании о семейной жизни была подстегнута радикальными переменами векового семейного уклада. Вплоть до начала XX века даже в тех странах, которые принято было называть развитыми, господствовала патриархальная модель семейных отношений, в рамках которых супружеские и родительские роли были строго регламентированы и ритуализированы.

На фоне многообразных функций семьи, в первую очередь экономической, эмоциональная сторона супружеской жизни отступала на второй план, а то и вовсе игнорировалась. Более того, считалось, что сильные чувства семье противопоказаны. На протяжении веков мировая литература живописала любовь как пагубную страсть, влекущую людей к гибели. Фактически семейная жизнь миллионов людей из века в век строилась на сословно-имущественных основаниях, подчинялась стандартам, правилам, а высокие порывы исключала. И мало кто от этого страдал, ибо так жили все, и это считалось нормальным. Напротив, сильные чувства расценивались как отклонение от нормы, так как могли нарушить веками сложившуюся систему. Вопрос психологической совместимости супругов решался по стандартной формуле «стерпится – слюбится»[5; с.134].

Следует добавить, что воспитываемые в паре дети в процессе социализации усваивают культурные образцы гендерного поведения. Известно, что половая идентичность формируется у детей в возрасте 5 - 7 лет, затем, начиная с 17 лет, формируется мировоззрение личности, ее представления о собственном предназначении и смысле жизни. Глядя на мать и отца, молодой человек составляет для себя "идеальную модель" мужественности и женственности, которой он будет следовать. Таким образом, на родителей как на мужчину и женщину накладывается ответственность за то, какой будет эта модель.

По словам Л. Н. Сеницыной: "Сегодняшнее время характерно тем, что происходит качественное изменение сознания. Мы как бы переходим от одного способа интерпретации реальности к другому. Наше восприятие, которое было частью полярного сознания, в котором очень слабо сочетались такие стороны как рациональное - иррациональное, научное - художественное, мужское - женское, должно подняться до уровня понимания и существования единого сознания. Мы должны осознать реальность нашего тела, мужского или женского, в котором устанавливается особая связь между умом и сердцем" [6; с.67].

Именно интимность в отношениях семейных пар придает им некую индивидуальность, особенность и способствует более прочным взаимоотношениям. Если же интимность взаимоотношения нарушена это может привести к распаду семьи. Но поскольку каждому человеку необходима забота, любовь, тепло, участие, то человек снова стремится создать семью. Согласно исследованиям, планирует новую семью после развода (в разные

сроки) практически каждый мужчина и каждая женщина. Разумеется, скорость вступления в повторный брак у всех разная, как индивидуальны и причины повторного вступления в брак. Разнообразные причины повторных браков можно свести к следующим:

- развод - лишь способ привести в соответствие фактическое и юридическое положение дел. Говоря простыми словами - двое живут в браке, но у каждого из них уже есть свои близкие отношения с другим партнером. И развод происходит только для того, чтобы освободить кого-то из супругов (иногда и обоих сразу) для заключения нового брака, подчас уже сложившегося;

- эмоционально-подростковая реакция: новый брак в пику бывшему супругу. Люди вступают в скоропалительные браки, чтобы доказать бывшим супругам, что на них свет клином не сошелся. Люди, которые руководствуются эмоциональным желанием что-то кому-то доказать, как правило, ослеплены своими эмоциями настолько, что не думают даже о собственном последующем благополучии;

- иногда длительный послебрачный период воспринимается самим человеком как доказательство собственной ненужности. И он (она), опасаясь одиночества, и не желая никому ничего доказать, кроме самого себя, идет на новый семейный союз, чтобы избавиться от ощущения невостребованности. Они не пытаются стать нужными в социальной сфере: им обязательно надо подтверждение их семейной и сексуальной пригодности в качестве супругов;

- самая оптимальная причина вступления в повторный брак – желание создать семью. Психологи считают, что этот момент настал тогда, когда мнение бывшего супруга становится абсолютно безразлично и решение о новом союзе принято обдуманно со всех сторон.

Литература:

1. Энциклопедии. Славари. – Электронный ресурс. – Код доступа:http://enc-dic.com/enc_sex/Intimnost-317.html
2. Анохин Л. В. Коновалов О.Е. Бесплодие в браке (медико-социальные аспекты). - Рязань, 1995.
3. Гаспарян В. А. Семья на пороге XXI века: социологические проблемы. - М.: Наука, - 172с.
4. Разумихина Г. П. Этика и психология семейной жизни. – М., 1986.
5. Социальная психология / Под ред. А. В. Петровского. - М.: Просвещение, 1987. - 224с.
6. Синицына Л. Н. Гендерные стереотипы и реальность современной культуры. - М.: Наука, 2002. - 102с.

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБРАЗОВАНИИ

В настоящее время компьютерные технологии стали активно применяться в образовательном процессе. Создается множество простых и сложных компьютерных программ для различных областей познания. В зависимости от возраста обучаемого и применяемых программ компьютер может выступать в роли оппонента в учебном процессе, быть рассказчиком, репетитором, экзаменатором. Существуют компьютерные программы, направленные на развитие различных психических функций учеников, таких как зрительное и слуховое восприятие, внимание, память, словесно-логическое мышление и др., которые можно с успехом применять в процессе обучения разных возрастных категорий.

Цель работы: теоретически обосновать организационно-методические условия внедрения компьютерных технологий, способствующих оптимизации процесса образования.

Компьютерные средства представляют для специалиста не часть содержания обучения, а дополнительный набор для расширения возможностей академического обучения. Преподавателю или методисту, применяющему в работе компьютерную технику, необходимо решить две основные задачи предметного обучения: сформировать у учеников умения пользоваться компьютером и применять компьютерные технологии для их развития и закрепления навыков с учетом психофизиологических особенностей каждой группы обучаемых.

При необходимости, в зависимости от подготовленности аудитории, возможно использование специализированных или адаптированных компьютерных программ (главным образом обучающих, диагностических и развивающих). Эффект их применения зависит от профессиональной компетенции педагога, умения использовать новые возможности, включать ИКТ в систему обучения каждого ученика, создавая большую мотивацию и психологический комфорт, а также предоставляя каждому обучаемому свободу выбора форм и средств деятельности.

Использование компьютерных средств обучения позволяет значительно сократить время на формирование и развитие языковых и речевых средств, коммуникативных навыков, высших психических функций – внимания, памяти, словесно-логического мышления, эмоционально-волевой сферы. Их применение является чрезвычайно эффективными, так как они помогают выполнять задачи, решение которых традиционными методами является не достаточно продуктивным, позволяют корректировать функции, работа над которыми до этого была трудновыполнимой, или осуществлять традиционную деятельность по-новому. Кроме того, их внедрение в обучение позволяет

индивидуализировать процесс контроля за деятельностью учеников, учитывать образовательные потребности каждого обучаемого, что, в конечном счете, способствует повышению эффективности образовательного процесса в целом.

Интерес к компьютерным информационным технологиям в образовании у учащихся гораздо выше, чем к традиционным учебникам и тетрадям. Чего не скажешь о большинстве преподавателей, у которых работа с информационным оборудованием вызывает определенные трудности. Эти трудности вызваны рядом следующих причин:

- информационной безграмотностью;
- необходимостью разработки комбинированных уроков с применением интернет технологий в образовании;
- необходимостью составления письменной отчетности и электронной, в случае если школьное учреждение подключено к единой образовательной системе.

Однако преодоление данных трудностей должно стать первоочередной задачей каждого педагога. Не стоит рассматривать интерактивные технологии в образовании, как нечто сложное и несовместимое с учебной деятельностью.

В настоящее время, преподаватель, независимо от области его профессиональной деятельности, может разработать программу учебных лекций и уроков, с учетом использования информационно-коммуникационных ресурсов, а также мультимедийных технологий.

Все чаще стали применять компьютерные технологии в музыкальном образовании, педагогическом и бизнес обучении. К примеру, для получения музыкального электронного образования, были созданы не только новые учебные электронные программы, но и музыкальные компьютеры с рабочими тетрадями и набором музыкальных произведений.

Одной из наиболее удачных форм подготовки и представления учебного материала можно назвать создание мультимедийных презентаций.

Мультимедийные презентации – это эффективный способ представления информации с помощью компьютерных программ. Он сочетает в себе динамику, звук и изображение, т.е. те факторы, которые наиболее долго удерживают внимание человека.

Одновременное воздействие на два важнейших органа восприятия (слух и зрение) позволяют достичь гораздо большего эффекта. Доказано, что человек запоминает более пятидесяти процентов того, что видит и слышит одновременно.

Основа любой презентации – облегчение процесса восприятия и запоминания информации с помощью ярких образов. Презентация открывает большие перспективы для создания доброжелательной атмосферы на уроке, стимулирования познавательного мышления. С использованием мультимедийных презентаций на уроках создается обстановка реального общения, учащиеся с желанием выполняют задания, проявляют интерес к изучаемому материалу.

Презентация позволяет осуществить смену видов деятельности, тем самым снимая эмоциональную и психологическую нагрузку учащихся в учебном

процессе. Благодаря презентации преподаватель может вовлечь учащихся в образовательный процесс. Грамотно созданная презентация может стать планом урока, алгоритмом его проведения. К достоинствам такого применения презентаций можно отнести возможность использования данного способа на любых типах уроков, будь то изучение нового материала, закрепление пройденного, комплексного применения знаний на практике, обобщающий, контрольный или комбинированный. Презентацию также можно использовать и просто в виде фрагмента на любом этапе урока. Это позволяет выстраивать уроки так, чтобы добиваться максимальной эффективности усвоения учебного материала.

Выводы.

В применении информационно-коммуникативных ресурсов можно найти множество преимуществ, которые выступают в качестве вспомогательного инструмента в учебном процессе в университете. К числу преимуществ использования цифровых информационных технологий в образовании относят:

- широкий доступ к информационной базе данных;
- создание комбинированных и полноценных уроков;
- повышение уровня мотивации учащихся;
- возможность представления материала в графической, динамической и экспериментальной форме, что практически невозможно осуществить с использованием школьной доски и мела;
- возможность обмена опытом с другими местными школьными учреждениями либо зарубежными вузами;
- возможность одновременной проверки знаний учащихся и степени усвоения материала;
- одновременное воздействие на слуховые и зрительные рецепторы, что способствует более эффективному запоминанию информации.

Уроки с использованием презентации позволяют оживить учебный процесс. Повышают мотивацию обучения. Такие уроки не только расширяют и закрепляют полученные знания, но и значительно повышают творческий и интеллектуальный потенциал учащихся, дают возможность проявить себя. Дети становятся жаждущими знаний, творческими трудолюбивыми.

Можно выделить некоторые общие, наиболее эффективные приемы применения компьютерных презентаций:

- на этапе актуализации базовых знаний - возможность оперативно предъявлять задания и корректировать результаты их выполнения. Особенно удобно при предъявлении чертежей, рисунков, схем;
- на этапе изучения нового материала - разнообразное (статичное и динамичное) иллюстрирование понятий и объектов, выделение причинно-следственных связей, структуры и взаимосвязи изучаемых понятий;
- на этапе контроля усвоения знаний - возможность предъявления разнообразных по форме заданий с последующей проверкой;
- на этапе отработки и закрепления навыков - возможность быстрого предъявления большого числа разных по форме заданий, алгоритмов, образцов, шаблонов.

При творческом подходе к созданию мультимедийных презентаций в результате можно получить очень интересные обучающие ресурсы в виде справочников, тренажеров, тестов-лото, игровых дидактических материалов и т.п., что будет способствовать повышению мотивации и активизации познавательной деятельности учащихся, интереса к предмету, способствовать лучшему пониманию, запоминанию изучаемого материала, тем самым будет достигнута цель повышения эффективности урока.

Литература:

1. Астанин, С.В. Особенности проектирования электронных методических материалов: учебное пособие – Таганрог: ТРТУ, 2005.
2. Башмаков А. И. Разработка компьютерных учебников и обучающих систем / А. И. Башмаков, И. А. Башмаков – М.: Информационно-издательский дом "Филинь", 2003.
3. Власова Ю. Ю. Личностный аспект проблемы восприятия информации. // Информатика и образование, № 1, 1998.
4. Гиркин И. В. Новые подходы к организации учебного процесса с использованием современных компьютерных технологий. // Информационные технологии № 6, 1998.
5. Гриншкун В.В. Григорьев С.Г. Образовательные электронные издания и ресурсы. // Учебно-методическое пособие для студентов педагогических вузов и слушателей системы повышения квалификации работников образования. / Курск: КГУ, Москва: МГПУ – 2006.
6. Илюшин С. А Собкин Б. Л. Персональные ЭВМ в учебном процессе. М 1992.

В. Ю. Шефтор
Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г. Луганск

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕЖИВАНИЯ ТРЕВОЖНОСТИ ЛЮДЬМИ, НАХОДЯЩИМИСЯ В ЗОНЕ БОЕВЫХ ДЕЙСТВИЙ

Тревога, беспокойство, тревожность, страх, стресс - явления, которые часто присутствуют в нашей жизни. Они могут быть разными по интенсивности, продолжительности, структуре - от легкого кратковременного беспокойства до парализующего ужаса, составляя разнообразную гамму переживаний, сопровождающих самые различные жизненные события: болезни, конфликты, неприятные и неожиданные происшествия. Эмоция тревоги — одно из наиболее частых переживаний людей в критических ситуациях. Тревога может как мобилизовать психику, так и дезорганизовать.

Внешне эти понятия чем-то похожи, итог у них один. Все эти явления, а особенно когда они уже оформились в тревожность (крайне неблагоприятно сказывается личностная тревожность) являются частыми симптомами неврозов и функционального психоза, а также входит в перечень синдромов других заболеваний или являются пусковым механизмом расстройства эмоциональной сферы личности.

Недавние события на востоке и юго-востоке Украины изменили психологию сознания людей. Количество людей с теми или иными психическими проблемами за время конфликта выросло во много раз. Только группы риска насчитывают до двух млн. человек. Что уже говорить о реакции остального мирного населения, которое не может оставаться равнодушным к происходящему. Например, один из аспектов тревоги связывают с неожиданными изменениями условий жизни. Ещё И.П. Павлов считал, что состояние тревоги вызывается изменениями в условиях жизни, привычной деятельности.

А война приносит не только физические, но и моральные увечья. Одни в силу своих личностных качеств могут преодолеть проблемы самостоятельно, но большинству необходима помощь. Пережитое в зоне боевых действий может сильно ударить не только по участникам и их семьям, но и по всему обществу. Боевые действия изменили привычный уклад жизни большей части населения страны, коснувшись сознания каждого человека.

В психологической литературе мало найдется таких психологических явлений, значение которых одновременно оценивается и чрезвычайно высоко, и достаточно узко, даже функционально. Тревожность, с одной стороны, это «центральная проблема современной цивилизации», как важнейшая характеристика нашего времени: «21 век — век тревоги». Ей придается значение основного «жизненного чувства современности». С другой — психическое состояние, вызываемое специальными условиями эксперимента или ситуации (соревновательная, экзаменационная тревожность), «осевая симптома» невроза и т. п. [1].

В последнее десятилетие интерес отечественных психологов к изучению тревожности существенно усилился в связи с резкими изменениями в жизни общества, порождающими неопределенность и непредсказуемость будущего и, как следствие, переживания эмоциональной напряженности, тревогу и тревожность.

Нами была выбрана для исследований молодежь, т.к. она самая активная возрастная группа, а её возрастная динамика в аспекте тревожности изучена недостаточно при учёте фона боевых действий.

В связи с этим мы ставим цель изучить особенности переживания тревожности молодыми людьми, находящимися в зоне боевых действий. В качестве объекта мы взяли феномен тревожности в рамках исследования

содержания и особенностей переживания тревожности молодежью, находящейся в зоне боевых действий.

Практический момент исследования заключается в возможности использования положений данной работы, которые помогут работникам психологической службы повысить эффективность своей работы при взаимодействии с юношами и девушками, живущих в зоне боевых действий, учесть особенность тревожности, связанной с нестабильной военно-политической обстановкой.

Перспектива исследования заключается в уточнении данных такого психологического феномена как тревожность, в частности в выявлении особенностей переживания тревожности молодыми людьми. Главным фактором новизны является влияние на психику военных действий в контексте такого аспекта как тревожность у молодежи Донбасса.

Литература:

1. Астапов В. М. Функциональный подход к изучению состояния тревоги // Прикладная психология. 1999. № 1. С. 41-
2. Большой психологический словарь. Б.Г Мещеряков, В.П. Зинченко. Спб.: "Прайм-Еврознак"; 2006.
3. Бреслав Г. М. Психология эмоций: Учеб. пособие для вузов. М.: Смысл, 2007. 544 с.
4. Березин Ф.Б. Психическая и психофизиологическая адаптация человека. – Л., 1988.
5. Глейтман Г., Фридлунд А., Райсберг Д. Основы психологии / под ред. В.Ю. Большакова, В.Н. Дружинина. СПб.: Речь, 2001. 1247 с
6. Ганзен В.А. Системные описания в психологии. – Л., 1984
7. Грегор О. Как противостоять стрессу // Стресс жизни. - СПб.: Питер, 1994. - 384 с
8. Дружинин В.Н. Когнитивные способности: структура, диагностика, развитие. М.: ПЕРСЭ; СПб.: ИМАТОНМ, 2001. 224 с
9. Ханин Ю.Л. Исследование тревоги в спорте // Вопросы психологии. – 1978. – № 6.

***М. Ю. Бірюков**
Луганський університет
імені Тараса Шевченка
м. Луганськ*

ФОРМУВАННЯ ТЕМАТИКИ КУРСОВИХ, ДИПЛОМНИХ РОБІТ І МАГІСТЕРСЬКИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У СТУДЕНТІВ МИСТЕЦЬКИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ ВІДПОВІДНО ДО ПОТРЕБ РИНКУ ПРАЦІ ТА УМОВ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ В ГАЛУЗІ ОСВІТИ

Основним завданням вищої школи в сучасних умовах є підготовка всебічно розвинених, здатних безперервно вчитись, поповнювати і поглиблювати свої знання фахівців. Сутність освіти – навчати думати, самостійно вчитись, адаптуватись до суспільства, яке змінюється, підвищувати свій теоретичний та

професійний рівень. Лише ті суб'єкти, які засвоюють знання найбільш швидко, здатні виживати, перегравати своїх конкурентів, іншими словами, організації мають стати «інтелектуальними», розвивати свої здібності, які базуються на знаннях довготривалих та адекватних зовнішнім змінам. Вирішенню цих завдань мають сприяти сучасні виші шляхом інтеграції науки, освіти і виробництва, за необхідністю оперативно та гнучко замінювачі зміст навчального матеріалу, поєднуючи цілі і напрями навчальної, наукової і виховної роботи, що забезпечує тісний взаємозв'язок усіх форм і методів наукової роботи студентів та реалізується як у процесі навчання, так і позанавчальним часом.

Виконання курсових, магістерських та дипломних робіт у студентів мистецьких спеціальностей – це творча самостійна робота, під час якої студенту необхідно показати вміння вирішувати мистецько-дизайнерські завдання, користуватись науково-технічною літературою, проектувальними методами, художніми техніками, комп'ютерними технологіями та сучасним поліграфічним обладнанням. Також, при виконанні курсових, магістерських та дипломних робіт, обов'язково аналізуються сучасні підходи до вирішення певної наукової та професійної проблеми з урахуванням новітніх літературних наукових та мистецтвознавчих джерел, особливостей сучасного стану й розвитку рекламно-графічних, конструкторських та інноваційних технологій, а також визначається авторська позиція стосовно напрямів реалізації усіх аспектів дослідження [1, с. 4].

Основною метою авторів курсових, дипломних робіт та магістерських досліджень є продемонструвати рівень своєї фахової підготовки, уміння самостійно вести професійний творчий пошук і вирішувати конкретні теоретичні та практичні завдання. Завдяки виконанню завдань, що поставлені у курсових, дипломних роботах та магістерських дослідженнях розвиваються та вдосконалюються: навички самостійної наукової діяльності; здатність робити концептуальні висновки; інтелектуальні й творчі можливості студента.

Тематика курсових, дипломних проектів та магістерських досліджень має відповідати меті та завданням профільних навчальних дисциплін і тісно пов'язуватися з практичними потребами конкретного фаху. Тема повинна бути актуальною і відповідати вимогам державного стандарту, стану та перспективам розвитку науки, техніки, мистецтва тощо. Керівництво здійснюється, як правило, найбільш кваліфікованими викладачами профільюючих кафедр. Термін виконання визначається робочим навчальним планом [1, с. 28].

Рекомендована тематика курсових, дипломних робіт й магістерських досліджень розробляється згідно з вимогами кваліфікаційної характеристики фахівців за поданням наукового керівника та затверджується на засіданні кафедри у першому місяці на останньому році навчання.

Тема курсового, дипломного проекту та магістерського дослідження має бути цікавою для студента, пов'язаною з його діяльністю за фахом і сприяти максимальному використанню здобутих знань у процесі навчання і особистого практичного досвіду. Варто зазначити, що тематика щорічно переглядається та

оновлюється. Тему дипломної роботи студент обирає із запропонованих кафедрою та погоджує її з науковим керівником. Кожна курсова, магістерська чи дипломна робота є своєрідною співпрацею і, певною мірою, співтворчістю студента-дослідника та його керівника.

Курсова, дипломна робота та магістерське дослідження може виконуватися за тематикою, яку замовляють державні установи, підприємства та організації, що уклали з ВНЗ контракт на навчання студентів або мають з ним договори про співпрацю. Рекомендовано, також, передбачити теми магістерських досліджень, які у майбутньому можуть трансформуватися у теми кандидатських дисертацій.

Слід зауважити, що студент має право запропонувати свою тему курсової, дипломної роботи чи магістерського дослідження за умови обґрунтування доцільності її розроблення, ознайомлення з аналітичними оглядами і статтями у спеціалізованих періодичних виданнях, а також враховуючи свої наукові та творчі інтереси, що були проявлені під час навчання, у виступах на студентських наукових конференціях, перемогах у олімпіадах тощо.

Назва курсового, дипломного проекту та магістерського дослідження повинна бути, по можливості, стислою, однак обов'язково відповідати галузі знань, напряму підготовки, спеціальності та кваліфікації випускника. При написанні курсових, дипломних робіт та магістерських досліджень обов'язково слід дотримуватись вимог Державних стандартів [2; 3; 4].

Основними напрямками при виборі тем курсових, дипломних робіт та магістерських досліджень для студентів галузі знань 0202 «Мистецтво» за напрямом підготовки 6.020207, 7.020207, 8.020210 «Дизайн», спеціалізації «Графічний дизайн» і «Дизайн інтер'єру та середовища» на кафедрі дизайну ДЗ «Луганський університет імені Тараса Шевченка» визначено: розробка серії календарів; розробка фірмового стилю; розробка оригінал-макету книжки; розробка оригінал-макету журналу або альбому; розробка знаків візуальної комунікації (системи піктограм); розробка серії плакатів або афіш; розробка та макетування упакувань; проектування та макетування інтер'єру або екстер'єру; проектування трансформації комбінаторних елементів; проектування анімаційної графіки; розробка Web-сайту.

Таким чином, підвищення якості підготовки курсових, дипломних робіт та магістерських досліджень випускників вищої школи в умовах реалізації Болонського процесу в регіонах Донбасу потребує посилення вимог не тільки щодо змісту, структури, теоретичної та практичної цінності кваліфікаційних робіт, а й формування вищими навчальними закладами належних умов, що забезпечують можливість виконання студентами всіх таких вимог та бажано щоб тематика курсових, дипломних робіт й магістерських досліджень урахувала соціальні потреби сучасного суспільства.

Література:

1. Бірюков М.Ю. Методичні вказівки до підготовки, оформлення та захисту магістерських робіт для студентів за напрямом підготовки 8.02020701 «Дизайн (дизайн інтер'єру та середовища)» / М.Ю. Бірюков : Деж. закл. «Луган. нац. ун-

т імені Тараса Шевченка». – Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2014. – 50 с.

2. ДСТУ 1.5-93 «Державна система стандартизації України. Загальні вимоги до побудови, викладання, оформлення та змісту стандартів».

3. ДСТУ 1.5:2003 Національна стандартизація правила побудови, викладання, оформлення та вимоги до змісту нормативних документів. – На заміну ДСТУ 1.5-93 ; чинний від 2003-07-01 Режим доступу: <http://www.info-build.com.ua/normativ/detail.php?ID=45820>. – Назва з екрана. – Дата звернення: 19.11.14.

4. ДСТУ 3008-95 Документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура і правила оформлення. Замість ГОСТ 7.32-91 ; введ. 23.02.1995.– К. : Держстандарт України, 1995. – 38 с.

Р. Е. Алексикова
Луганський університет
імені Тараса Шевченка
г. Луганськ

ФЕНОМЕН «ДОМИНИРОВАНИЯ – ПОДЧИНЕНИЯ» В СУПРУЖЕСКОЙ ПАРЕ

Многозначность проблемы «доминирования-подчинения», как стратегии поведения в семье делают необходимым рассмотрение ее с различных сторон. Традиционно различают доминирование-подчинение как процесс и как результат.

У каждой супружеской пары свои особенности, но мы поведем речь о проблемах, закономерно повторяющихся, которых можно было бы и избежать, если знать о них заранее.

С целью изучения взаимосвязи субъективного восприятия доминантности, удовлетворенности браком и поведенческих стратегий в супружеских парах было проведено тестирование с использованием методики диагностики межличностных отношений Т. Лири и теста-опросника удовлетворенности браком, разработанного В.В. Столин, Т.Л. Романовой, Т.П. Бутенко и теста описания поведения К. Томаса. Проанализировав результаты, полученные по тестам личной зрелости и тесту Лири, выявилось следующее:

- В рамках нашего исследования установлено, что чем выше выраженная доминантность человека, тем она менее зрелая его личность. В зависимости от уровня личной зрелости и уровня доминирования выделяются следующие субъекты семейного функционирования: Гармонизаторы - 25 человек (20,8%), Потребители - 7 человек (5,8%), Устроители - 13 человек (10,8%), конформист - 1 человек (0,8%), Исполнители - 74 человека (61,6%), из них И1 (сознательный исполнитель) - 22 человек, И2 (рентный исполнитель) - 20 человек, И3 (рядовой исполнитель) - 5 человек, И4 (безотказный) - 15 человек,

И5 (добросовестный исполнитель) -12 человек. В исследованных супружеских парах преобладают исполнители.

- В супружеских парах наших респондентов преобладает доминирующая женщина, доминирование мужчины в семейной диаде несколько менее выражено;

- Супружеские пары в равной степени строятся и существуют как по идентичности (доминирующий мужчина - доминирующая жена; муж, подчиняющийся, покладистый, - жена, подчиняющаяся уступающая), так и покомплемента (один доминирует - другой подчиняется);

- В идентичных браках (доминирующий муж - доминирующая жена), как правило, доминирование имеет ярко выраженный, интенсивный характер. В борьбе доминирующих персон, если брату не распался, побеждает женщина, она чаще «верховодит» в таких семьях;

- В супружеских парах (20%), где доминирование не выражено ни у кого из супругов (доминирование у каждого <6 балл.), Муж чаще оценивает себя как более подчиняющегося;

- В субъективных представлениях, при самооценивании (идеальное Я) доминирование менее выражено, при оценке партнером (зеркальное Я) доминирование набирает больше баллов, то есть супруги склонны завышать доминирование партнера, и занижать собственное оценивание доминирования.

- В целом, мужчины несколько адекватно воспринимают и оценивают личностные характеристики жен, чем жены своих мужей.

- Фактором, обуславливающим доминирование как личное свойство выступает половая принадлежность, а одним из факторов, влияющих на проявление доминирования в супружеских парах, - материальный достаток в семьях (при среднем достатке - ровное выраженное доминирование, при низком и высоком - асимметрия доминирования).

- Доминирование и у мужчин и у женщин связано с требовательностью и уверенностью в себе, у женщин доминирование оказывается еще и в скептицизме. Доминирование в супружеских парах компенсируется у женщин отзывчивостью, у мужчин - отзывчивостью и доверчивостью (зависимостью).

- Жена воспринимает личностные характеристики мужа более дифференцированно, муж воспринимает личностные характеристики жены более целостно. Доминирование мужа как изолированное личное свойство откликается в восприятии жены сильнее. С нашей точки зрения решения данного противоречия очень ситуативно, зависит от обстоятельств: для женщин одинаково важны оба варианта. Наиболее проблемная зона для этой выборки - женщины менее уверены в себе. Мужчины более требовательны, уверены в себе, и при этом в значимой степени доверчивые, зависимые.

- Пара, в которых доминирует женщина - составляют 48,3% (29 пар); Пары, в которых доминирует мужчина - составляют 38,3% (23 пары); доминирование обоих партнеров - в 13,3% парах (8 пар).

Таким образом, в нашем исследовании в супружеских парах преобладает доминирующая женщина,

- В идентичных браках (доминирующий муж - доминирующая жена), как правило, доминирование имеет ярко выраженный, интенсивный характер. В борьбе доминирующих персон, если брату не распался, побеждает женщина, она чаще «верховодит» в таких семьях;

- В супружеских парах (20%), где доминирование не выражено ни у кого из супругов (доминирование у каждого <6 балл.), Муж чаще оценивает себя как более подчиняющегося;

- Фактором, обуславливающим доминирование (как личного свойства) выступает половая принадлежность, а одним из факторов, влияющих на проявление доминирования в супружеских парах, - материальный достаток в семьях (при среднем достатке - равное выраженное доминирование, при низком и высоком - асимметрия доминирования).

- Доминирование и у мужчин и у женщин связано с требовательностью и уверенностью в себе, у женщин доминирование оказывается еще и в скептицизме. Доминирование в супружеских парах компенсируется у женщин отзывчивостью, у мужчин - отзывчивостью и доверчивостью (зависимостью).

Литература:

1. Карабанова О. А. Психология семейных отношений и семейного консультирования. – М.: Гардарики, 2005. – 320 с.
2. Краткий психологический словарь / под общ.ред. А.В Петровского, М. Г. Ярошевского. – Ростов н/Д.: Феникс, 1999. – С.303
3. Словарь практического психолога. / Сост. С.Ю.Головин. Минск: Харвест, 2004. -800с.
4. Турецкая, Г.В. Женщина и работа. Совмещение работы и семьи различными категориями работающих женщин / Г.В. Турецкая // Социс. – 2001. – № 1. – С. 10 – 14.
5. Шнейдер Л.Б. Семейная психология. М., Академия, 2005.-896с.

Т. Е. Финогеева
Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г. Луганск

ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА РУКОВОДИТЕЛЯ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ КАК ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

В современных условиях научно-технического прогресса огромное значение для общества имеет информатизация образования. Это связано во многом с осознанием фундаментальной роли информации в жизни человека, а также с

возросшим объемом информации, который породил такое явление, как «информационный взрыв». Эти процессы на протяжении последних лет неизбежно сопровождалось процессом совершенствования информационной техники и, как следствие, решением задач массового повышения уровня информационной культуры всех членов общества. Как отмечал В. Трайнев, «информационное невежество в наши дни ведет к технологическому банкротству и национальному унижению, к превращению страны в сырьевую колонию или свалку устаревшей техники». В связи с этим необходимо будущим специалистам учить творчески использовать информацию для принятия управленческих решений в процессе своей профессиональной деятельности. Решение данной задачи возможно в рамках формирования информационной культуры.

Информационная культура – умение целенаправленно работать с информацией и использовать для ее получения, обработки и передачи компьютерную информационную технологию, современные технические средства и методы. Информационная культура связана с социальной природой человека, является продуктом разнообразных творческих способностей человека и проявляется в следующих аспектах [1]:

- в конкретных навыках по использованию технических устройств (от телефона до персонального компьютера и компьютерных сетей);
- в способности использовать в своей деятельности компьютерную информационную технологию, базовой составляющей которой являются многочисленные программные продукты;
- в умении извлекать информацию из различных источников: как из периодической печати, так и из электронных коммуникаций, представлять ее в понятном виде и уметь ее эффективно использовать;
- во владении основами аналитической передачи информации;
- в умении работать с различной информацией;
- в знании особенностей информационных потоков в своей области деятельности.

В рамках информационного подхода большинство исследователей С. Бешенков, А. Ершов, А. Кузнецов, Н. Макаров, Е. Ракитина и др. подразумевают под информационной культурой совокупность знаний, умений и навыков поиска, отбора, хранения и анализа информации, то есть всего того, что включается в информационную деятельность, направленную на удовлетворение информационных потребностей.

Однозначного определения информационной культуры не существует. Существует несколько интерпретаций понятия информационная культура:

- «информационная культура – совокупность имеющихся знаний и умение применять их на практике для постановки и решения содержательных задач» (Е. Медведева);
- «информационная культура – область культуры, связанная с функционированием информации в обществе и формированием информационных качеств личности» (А. Гречихин);

- «информационная культура личности – гармонизация внутреннего мира личности в ходе освоения всего объема социально-значимой информации» (Н. Зиновьева).

Один из ведущих отечественных специалистов в области информатизации Э. Семенюк под информационной культурой понимает информационную компоненту человеческой культуры в целом, объективно характеризующую уровень всех осуществляемых в обществе информационных процессов существующих информационных отношений [2].

Информационная культура представляет собой органический синтез «информации» и «культуры». Информация и культура могут быть представлены как две взаимопересекающиеся сферы, в зоне которых образуется пространство, обозначаемое как информационная культура. Это культура взаимодействия человека с информацией на уровне общества и личности. Информация и культура – два феномена, у которых существует много общих черт. К этим чертам следует отнести их глобальность, универсальность, которые выражаются в наличии у них связей с самыми различными формами человеческой жизнедеятельности.

Сегодня есть все основания говорить о формировании новой информационной культуры (ИК), которая может стать элементом общей культуры человечества. По мнению российских ученых, информационная культура пока еще является показателем не общей, а, скорее, профессиональной культуры, но со временем станем важным фактором развития каждой личности.

Овладение информационной культурой – это путь универсализации качеств человека, который способствует реальному пониманию человеком самого себя, своего места и своей роли. Большую роль в формировании информационной культуры играет образование, которое должно формировать нового специалиста информационного общества. У этого специалиста необходимо выработать следующие навыки и умения: дифференциации информации; выделения значимой информации; выработки критериев оценки информации; производить информацию и использовать ее.

В настоящее время исследования многих ученых-педагогов (В. Абрамян, Н. Анашова, А. Ершов, Т. Лавина) свидетельствуют о необходимости использования информационных технологий в системе образования, в том числе использования компьютера как ресурса управления организацией. А это значит, что современный руководитель образовательного учреждения должен владеть соответствующими компетенциями.

Следует констатировать низкий уровень информатизации управления дошкольным образовательным учреждением (ДОУ). Анализ практики позволяет назвать ряд противоречий: между необходимостью информатизации управления учреждением и недостаточным уровнем информационно-технологической компетентности руководителя ДОУ; между необходимостью повышения уровня информационно-технологической компетентности руководителя и отсутствием системы повышения квалификации в данном направлении.

Таким образом, решение данных проблем заключается в создании условий для целенаправленного формирования у руководителей ДООУ информационной культуры.

Изучая данный вопрос, мы определили основные уровни формирования информационной культуры руководителя дошкольного образовательного учреждения и определили характеристики каждого уровня:

- **мотивационный уровень:** предполагает формирование у руководителя ценностного отношения к информатизации управления как к профессиональной необходимости; развитие умения адекватно оценивать информацию и желание осуществлять самостоятельный информационный поиск различных видов документов;

- **понятийный уровень:** предполагает формирование у руководителя понятий об информатизации образования, информационных технологиях в управленческой деятельности, о закономерностях информационного обмена в организации; развитие умения формулировать свою потребность в информации; владение компьютерной грамотностью;

- **деятельностный уровень:** предполагает формирование у руководителя умения эффективно осуществлять поиск нужной информации во всей совокупности информационных ресурсов; умение перерабатывать информацию и создавать качественно новую; умение вести индивидуальные информационно-поисковые системы; умение эффективно использовать полученную информацию при принятии управленческих решений.

Таким образом, информатизация управления дошкольным образовательным учреждением диктует необходимость формирования у руководителей информационной культуры, которая предполагает целенаправленную самостоятельную деятельность по оптимальному удовлетворению индивидуальных информационных потребностей с использованием информационных технологий и является важным фактором успешной профессиональной деятельности.

Литература:

1. Трайнев В. Учебное пособие / В.А. Трайнев, И.В. Трайнев. - 4-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2009. - 280 с.
2. Семенюк, Э.П. Информационная культура общества и прогресс информатики / Э.П. Семенюк // НТИ. Сер.1. – 1994. – № 7. – С. 3.
3. Гайдарева, И.Н. Социокультурная среда как фактор формирования информационной культуры личности [Текст] / И.Н. Гайдарева. - Майкоп: Аякс, 2002. - 244 с.

ВЛИЯНИЕ КАРЬЕРНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ ЖЕНЩИН НА ВОСПИТАНИЕ ДЕТЕЙ В СЕМЬЕ

Современная экономика в большей степени, чем раньше, основывается на человеческих ресурсах не только мужских, но и женских. Традиционное распределение ролей - человек как «кормилец» семьи, жена - как домохозяйка, изменилось в разной степени в зависимости от страны, культуры, социального и материального положения семьи. Изменилась и занятость женщин, которая стала более насыщенной, и к основным «ролей» матери, жены, хранительницы домашнего очага добавилась «роль» добытчика (пусть и не основного). Для поддержания домашнего хозяйства в период социально-экономического кризиса большое значение имеет не только вопрос о том, за счет каких видов экономической активности живет семья, но и из домочадцев проявляет эту активность, в чем она выражается, в какой мере это отражается в распределении домашних обязанностей. Исследование началось с пилотажа проблемы, в котором участвовали две категории испытуемых: главные и ведущие специалисты ЛНР, женщины в количестве 100 человек. Средний стаж работы от 2 до 20 лет. Возраст от 22 до 47 лет.

Обобщение результатов исследования женщин занятых карьерой позволяет сделать следующие выводы:

1. Большинство респондентов-женщин занятых карьерой, считают, что основным мотивом при выборе своей профессии явилось стремление реализовать себя в управленческой сфере и занять достойное место в обществе.

2. На сегодня социально значимыми факторами карьеры для них являются: стабильная заработная плата, возможность самосовершенствоваться, интересная, требующая творческого подхода работа, уверенность в будущем.

3. Среди факторов вызывающих у женщин неудовлетворённость своей работой основными являются: несоответствие между заработной платой и напряжённостью труда, огромная загруженность и правовая незащищённость. Почти половина опрошенных хотели бы чётко представлять перспективы и сроки своего карьерного роста.

4. Среди факторов, определяющих перспективы карьерного роста женщин, базовыми являются наличие таких основных профессиональных качеств как профессионализм, исполнительность, опыт управленческой работы.

5. К основным условиям, стимулирующим плодотворность и эффективность работы, относятся: благоприятный социально психологический климат в трудовом коллективе и рациональная организация труда.

Результаты исследования свидетельствуют также о том, что карьерная ориентация женщин достаточно высока и в большей степени ориентирован на профессионально-квалификационное развитие. Разделив всех испытуемых на

три группы по личностным особенностям, можно наблюдать зависимость между чертами характера и способами взаимодействия с детьми.

Первую группу можно охарактеризовать как властных, самоуверенных, напористых, независимых. Они способны не теряться при столкновении с неожиданными обстоятельствами, быстрее забывают о неудачах. Они смелы в социальном и эмоциональном плане. Хорошо переносят утомление, способны выдержать высокие эмоциональные нагрузки при работе с людьми. Женщины в карьере реалистичны, практичны, психические травмы изживают за счёт рационализации. Так же они проявляют себя в отношениях с детьми. Родитель требует от ребенка безоговорочного послушания и задаёт ему строгие дисциплинарные рамки. Он старается навязать ребенку во всем свою волю, не в состоянии встать на его точку зрения. За проявление своеволия ребенка сурово наказывают. Родитель пристально следит за социальными достижениями ребенка, его индивидуальными особенностями, привычками, мыслями, чувствами. Подобный способ воздействия на детей подтверждает то, что родители во всём стараются соблюдать социальные нормы, избегают осуждения со стороны социума.

Для второй группы характерна уживчивость, умение работать в группе, они благожелательны по отношению к другим, доверчивы, откровенны. Это зрелые личности, уравновешенные, здравомыслящие. Они хорошо разбираются в житейских делах, привержены традициям, часто беспокоятся о том, чтобы всё было сделано правильно, внимательны к деталям. Уверенны в себе, спокойны, благодущны. Такой родитель выражает стремление взрослых к сотрудничеству с ребенком, проявление с их стороны искренней заинтересованности и участие в его делах. Содержательно этих женщин можно охарактеризовать так: мамы заинтересованы в делах и планах ребенка, старается во всем помочь ребенку, сочувствует ему. Родитель высоко оценивает интеллектуальные и творческие способности ребенка, испытывает чувство гордости за него. Он поощряет инициативу и самостоятельность ребенка, старается быть с ним на равных. Родитель доверяет ребенку, старается встать на его точку зрения в спорных вопросах.

Третья группа – ориентирована на задачу. Отличием этой группы от других стала выраженность факторов, характеризующих открытость, добросердечность, общительность и добродушие. Таким людям свойственны естественность и непринужденность в поведении, внимательность, доброта, мягкосердечность в отношениях. Они охотно работают с другими, активны в устранении конфликтов, доверчивы, живо откликаются на любые события. В целом группа выделяется развёрнутостью аналитического мышления, склонностью к инновациям, автономностью, настойчивостью в достижении цели, динамичностью, оперативностью, эмоциональностью, жизнерадостностью, энергичностью, верой в удачу. Стили воспитания в данной группе разделились в равных долях на кооперацию, симбиоз, в пределах нормы отношения к неудачам ребёнка, немного завышен уровень контроля. Отношения с мамами в основном складываются неоднозначно. Иногда отношения близкие, доверительные, а иногда наблюдается отгороженность.

Изучив с помощью эмпирического исследования карьерную ориентацию женщин и рассмотрев их стили воспитания детей, можно утверждать о том, что карьерная ориентация женщин имеет непосредственное влияние на воспитание детей в семье.

Литература:

1. Карабанова О. А. Психология семейных отношений и семейного консультирования. – М.: Гардарики, 2005. – 320 с.
2. Краткий психологический словарь / под общ.ред. А.В Петровского, М. Г. Ярошевского. – Ростов н/Д.: Феникс, 1999. – С.303
3. Турецкая, Г.В. Женщина и работа. Совмещение работы и семьи различными категориями работающих женщин / Г.В. Турецкая // Социс. – 2001. – № 1. – С. 10 – 14.
4. Фетискин, Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп/Н.П. Фетискин, В.В. Козлов, Г.М. Мануйлов. – М.: Издательство Института Психотерапии, 2008. – 490 с.

О. А. Щербина
Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г. Луганск

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Общеизвестно, что важнейшим фактором экономического развития любого государства является образование. Приоритет высшей школы в образовательном процессе объясняется тем, что сегодня, как никогда раньше, наука и технология определяют степень экономической жизнеспособности государств в мировом хозяйстве. В связи со сложившимися социально-экономическими проблемами в регионе, достаточно сложно организовать в полной мере процессы обучения в высшей школе. Сфера образования и науки нуждается в безотлагательном реформировании, причем не отдельных ее составляющих (академической, прикладной или вузовской), а науки в целом. Конечно, в условиях, когда речь идет о выживании, проблема реформирования научной отрасли является чрезвычайно сложной.

Несколько лет назад книга канадского профессора Билла Ридингса «Университет в руинах» вызвала колоссальную полемику во всем мире. В своем аналитическом исследовании он убедительно продемонстрировал, что классический университет в XXI веке никому не нужен, потому что он готовит медленно и готовит не тех специалистов, которые востребованы обществом знаний и современной цивилизацией. Сейчас мы ощущаем несоответствие образовательных услуг реальным потребностям экономики. Не хватает инженеров, техников, а ежегодно выпускается огромное число юристов,

экономистов, политологов. И как следствие: растет уровень безработицы среди специалистов с высшим образованием; увеличиваются расходы государства на пособия по безработице, переподготовку, переквалификацию.

Цель статьи заключается в исследовании основных проблем и направлений в тенденциях развития высшего образования в нашем регионе, что в сложившейся ситуации является достаточно актуальной темой как для нынешних студентов, так и для будущих абитуриентов, а также их родителей.

Процессы высшего образования определяются сложившейся ситуацией: общим социально-экономическим кризисом, системный характер которого вызывает и кризис высшей школы. Последний сопровождается потерей преподавательских кадров, снижением качества образования, разрывом информационных связей, разрушением материально-технической базы высшей школы и резкой девальвацией самого статуса преподавательской деятельности. На сегодня назрела реальная необходимость реформирования системы высшего образования.

Еще один важный вопрос - это качество подготовки будущего специалиста. К сожалению, сейчас очень часто можем встретить ситуацию, когда выпускник, получив соответствующий диплом, еще не готов к работе по избранной специальности. Это во многом обусловлено именно качеством обучения, контролем за учебной деятельностью, уровнем усвоенных знаний и умений каждым студентом, а также конечными результатами. Также нужно учитывать тенденции развития и изменения происходящие на рынке труда. Ведь все хотят после окончания вуза быть востребованными, высококвалифицированными специалистами, а самое главное нужными.

Не менее важным вопросом является диплом, который мы получаем по окончании учебы. Это тоже довольно актуальная на сегодня проблема, так как признание отечественных дипломов за границей, в соседних государствах, возможность трудоустройства и дальнейшего обучения выпускников наших вузов в других странах является важной задачей.

Ведь именно вузовское образование – это базовый источник информации для человеческого ресурса, экономики и развития духовной сферы, причем информации не столько о том, что надо познавать, а прежде всего о том, как надо познавать. Получение знаний на протяжении всей человеческой жизни становится необходимым перманентным процессом. Поэтому, успешное развитие высшего образования, в современных условиях, ведет к возрастанию академической мобильности, унификации учебных планов и методов обучения, широкому распространению дистанционного образования.

Выводы. Представляется оправданным курс на подготовку специалистов широкого профиля, обладающих фундаментальными знаниями, с высоким уровнем общей культуры. В этом смысле вузы можно рассматривать как очаги цивилизации будущего. В каких бы формах, а они могут быть разнообразны, ни развивалась будущая цивилизация, задача вузов и образования в целом - готовить не только востребованных, коммуникабельных, высокопрофессиональных, но и высоконравственных членов человеческого сообщества.

Литература:

1. Беркимбаева Ш., Высшая школа: курсом обновления, Учеб. Пособие. Под ред. И.И.Ильясова.- М. МГТА, 2007-88с.
2. Кунанбаева С.С., Болонская конвенция и международное научнообразовательное пространство. «Высшее образование как основа цивилизационного развития государства: проблемы и перспективы».- Харьков, 2010.-С.34-38.
3. Патрушев В.И. Социально-технологический фактор развития цивилизации// Соціологічна наука і освіта в Україні.-№1.-2013.- С.30-35.

Г. В. Риччи

*Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г. Луганск*

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РОЛЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СУПРУЖЕСКОЙ ПАРЕ

Интерес к обозначенной в исследовании теме обусловлен как научно-методическими, теоретическими, так и практическими потребностями. Широко распространенные представления о том, что равноправие партнеров способствует укреплению супружеских отношений, в реальной жизни оборачиваются ростом психологических проблем в семье, связанных с распределением власти, к которым она зачастую психологически не готова. С особой остротой проблема доминирования обозначена в настоящее время, время всплеска волны разводов в различных регионах страны. Перевод этой проблематики в план научного изучения актуального супружества представляется наиболее важным.

К основным критериям психологического здоровья семьи можно отнести сходство семейных ценностей, функционально-ролевую согласованность, социально-ролевую адекватность в семье, эмоциональную удовлетворенность, адаптивность в микросоциальных отношениях, устремленность на семейное долголетие. Существует множество факторов, которые могут способствовать подобным нарушениям: особенности личности членов семьи, характер взаимоотношений между ними, определенные условия жизни семьи. Исследователи подчеркивают, что эти явления характерны для всех развитых стран мира. Одной из трудноразрешимых проблем брака является проблема доминирования в супружеских парах. Этой проблеме посвящены работы по семейной психологии авторов Алёшиной Е., Витека К., Дружинина В., Захарова А., Карабановой О., Навайтиса Г., Сысенко В., Ричардсона Р., Роджерса К., Хорни К., Шнейдер Л., Эйдемиллера Э. и др. В

социальной психологии изучение проблемы доминирования в различных аспектах: лидерства, власти, гендера проводилось Адлером А., Андреевой Т., Гозманом Л., Кричевским Р., Сатир В., Харли У. и др. Раскрыты и описаны феномены доминирования-подчинения и их влияние на характер актуального супружества, - с социально-психологической точки зрения рассматриваются факторы, влияющие на доминирование-подчинение в супружеской паре, устанавливаются характеристики такого влияния.

Анализ результатов показывает, что в целом супруги высоко оценивают свою удовлетворенность браком (мужчины - 82,6%, и женщины — 75%), хотя 18,5% женщин и 12% опрошенных мужчин склонны оценивать свое супружество как неудовлетворительное. Из полученных результатов видно, что ни один респондент не оценил свою семью как абсолютно неблагополучную или благополучную. По этим данным видно, что большинство респондентов считают их брак скорее благополучным, т.е. в принципе большинство считают достаточно хорошим, при этом женщины менее склонны считать брак таким. С другой стороны абсолютно благополучным свой брак считают в основном женщины, что может говорить о желании показать себя с более выгодной стороны. Было опрошено 30 семей (60 человек). Для разбиения массива опрошенных на группы по интересующему нас признаку распределения ролей между супругами при выполнении хозяйственной и, отчасти, воспитательной функции семьи был использован следующий принцип: список из десяти видов бытовых дел, предъявлявшийся респондентам, был разбит на три блока: 1) традиционно женские обязанности, 2) традиционно мужские обязанности, 3) обязанности, связанные с уходом за детьми или их воспитанием.

Если опрошенные - женщины, отвечая на вопрос об участии мужа в домашней работе делали три и больше выборов из первого блока, т.е. семьи, в которых мужья активно брали на себя как свои традиционные так и нетрадиционные обязанности (т.е. когда делалось 3 и больше выборов и в первом блоке и в блоке 2) относились к группе А—«преимущественно эгалитарное разделение домашнего труда» или семьи с высоким уровнем инструментальной солидарности.

Семьи, в которых муж участвовал более, чем в трех видах активности, перечисленных во втором блоке, но в «женских» делах не участвовал или участвовал незначительно, попадали в группу В – «неотрадиционное разделение домашнего труда» (частичная инструментальная солидарность), т.е. такое, где совмещается ответственность за воспитание детей, но остальные виды домашней работы отвергаются.

Наконец, группа С формировалась из тех семей, которые не вошли в первые два, т.е. где муж участвовал в 1-2-х (как правило, традиционных) видах домашней деятельности из суммы обоих блоков. В этот подмассив попадали,

таким образом, «традиционные» или неучаствующие мужья (низкий уровень инструментальной солидарности).

Во всех трех группах наиболее частыми являются ссоры из-за воспитания детей (21% в группе А, 20% - в группе В, 23% - в группе С).

«Ведущими» в группе С являются конфликты из-за пьянства мужа (22%) , вспыльчивости мужа (21%), распределения домашних обязанностей (16%), из-за частых отсутствий мужа дома (14%), из-за денег (12%), из-за «разных оценок событий, людей, жизненных ситуаций» (11%);). В группе В «лидируют» ссоры из-за пустяков (18%). Только 4% женщин группы отметили разногласия по денежным вопросам, менее 1% - из-за частых отсутствий мужа дома, 3% - из-за домашних обязанностей. Ссоры из-за проведения свободного времени и из-за друзей мужа или жены происходят часто в 8% семей группы С, а в группе А в 3% - по поводу «свободного времени», что же касается «друзей», то из-за этого здесь вообще не ссорятся.

Из всего вышеизложенного видно, что женщины в браке любого типа чувствуют себя менее удовлетворенными, чем мужчины, однако по мере возрастания уровня инструментальной солидарности это различие сглаживается.

Уровень удовлетворенности браком взаимосвязан с согласованностью ролевого поведения и ролевой адекватностью выполнения супругами своих семейных функций. Согласованность и ролевая адекватность выполнения супругами своих основных семейных функций являются значимыми факторами удовлетворенности супругов браком.

Литература:

1. Алешина Ю. Е., Гозман Л. Я., Дубовская Е. М. Социально - психологические методы исследования супружеских отношений. М., 1987.-288с.
2. Клецина И.С. Психология гендерных отношений: Теория и практика. СПб.: Алетейя, 2004. - 408с.
3. Райгородский Д.Я. [ред. сост.] Психология и психоанализ характера. Хрестоматия. Самара, «БАХПАХ-М», 2002. - 640с.
4. Роджерс К. Психология супружеских отношений. Возможные альтернативы. М.,2002.-278с.
5. Семейная психотерапия. Хрестоматия. СПб., 2000.-789с.
6. Словарь практического психолога. / Сост. С.Ю.Головин. Минск: Харвест,2004.-800с.
7. Шнейдер Л.Б. Семейная психология. М.,Академия, 2005.-896с.

ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Вопрос эффективности обмена информацией, общения, на протяжении веков считались фундаментальными. Первые работы проблематики человеческого общения находим в произведениях выдающихся философов и мыслителей Древней Греции и Древнего Рима и многих других. Именно они заложили основы риторики и герменевтики, культуры передачи информации и ее обмена, что позволило современным ученым проследить эволюцию поиска эффективных средств организации процесса общения.

Культура поведения, культура речи и коммуникативная культура в жизни чаще всего выступают в единстве. Коммуникативная культура является составной частью культуры человека в целом, она моделирует поведение личности - побуждает ее в определенной ситуации вести себя соответствующим образом.

Проблему формирования коммуникативной культуры исследовали: Ананьев Б., Бахтин М., Безверхий А., Бодалев А., Выготский Л., Гозман В., Грехнев В., Дистервег А., Добрович А., Кан-Калик В., Макаренко А., Матвеев В., Панов А., Петровская Л., Поздняков В., Радевич-Винницкий Я., Сухомлинский В., Чмут Т., Чубукова Т., и др.

В настоящее время возрастают потребности к умению общаться, вести диалог. Знания и умения подобного рода являются достаточно актуальными. Не случайно в последние годы ученые активно занимаются этой проблемой.

В течение жизни каждый постоянно контактирует с другими, общается с самыми разными людьми. В общении реализуется потребность одного человека в другом. Через него люди организуют различные виды теоретической и практической деятельности, обмениваются информацией, взаимно влияют друг на друга. В общении они развиваются физически и духовно, формируются как общественные объекты.

Умственные способности, эрудиция, сила воли, работоспособность и т.д. могут не приносить желаемых результатов, если человек не умеет должным образом общаться, и, наоборот, совершенное общение способно стать ключом к успеху в обществе.

Термин «культура» в отечественные словари попал из латинского языка, где он означал «обработка», «уход», а в переносном смысле – «воспитание», «образование», «развитие», «уважение» [1]. Современная психология рассматривает культуру как один из компонентов структуры личности, объединяет знания привычки, навыки и умения и характеризует индивидуальную культуру личности.

Коммуникация – (лат. *communicatio* – от *communico* - делаю общим, связываю, общаюсь) общение, передача информации от человека к человеку – специфическая форма взаимодействия людей в процессах их познавательно-трудовой деятельности, осуществляющаяся главным образом при помощи языка [5].

Коммуникативная культура – совокупность знаний законов межличностного общения, умений и навыков пользования его средствами в различных жизненных и производственных ситуациях и личностных коммуникативных качеств. Коммуникативная культура – это часть базовой культуры личности, обеспечивающая ее готовность к жизненному самоопределению, установлению гармоничных отношений с окружающей действительностью и внутри себя [2].

Коммуникативная культура студенческой молодежи – это целостная система, состоящая из взаимосвязанных моральных и психологических компонентов сформированных в личности студента, каждый из которых вносит свое в характеристику целого [4].

Безусловно, сами знания не обеспечат совершенную коммуникативную культуру студенческой молодежи, если они не будут использоваться. Для того чтобы общение было успешным, нужно иметь необходимые умения, они приобретаются с опытом, с помощью определенных упражнений, для глубокого контакта, необходимо, чтобы студенты, кроме знаний об общении, определенных навыков и умений, имели еще и соответствующую коммуникативную установку на общение. Причем не просто установку на установление контакта, а на человека, как на общечеловеческую ценность. Тогда этот контакт станет «очеловеченным», и общение будет вестись на высоком уровне.

Все лучшее, что дает миру наука и практика, должно быть достоянием студента, если он критически оценивает уровень своей культуры и стремится к ее совершенствованию.

Таким образом, роль коммуникативной культуры в формировании культуры студенческой молодежи в целом чрезвычайно важна. Проблема формирования культуры общения нуждается в дальнейшем исследовании. Как отмечал Антуан де Сент-Экзюпери, наибольшей роскошью, достойная человека, есть радость человеческого общения. Чтобы иметь успех в искусстве общения, надо его осваивать и применять в ежедневной практике [3]. Эффективное и устойчивое функционирование системы образования прежде всего зависит от уровня профессиональной подготовки и развития студенческой молодежи, от моральных и этических ориентаций в сфере общения. Сфера деятельности студента как будущего специалиста – это зона доверия между людьми, поэтому он должен быть не только хорошим специалистом, профессионалом, он должен обладать высоким уровнем культуры общения. Чрезвычайно важное значение приобретает культура межличностного общения в практической деятельности студентов. В общем, студент с достаточно развитой культурой общения приобретает способность творчески относиться к различным ситуациям делового и эмоционального общения, с которыми он встречается в учебно-познавательной деятельности.

Литература:

1. Кононенко Б.И. Большой толковый словарь по культурологии. – М: ООО „Изд-во Вече 2000”, ООО „Изд-во АСТ”, 2003. – 512 с.
2. Марчуська І.М. Формування культури спілкування суб'єктів навчально-виховного процесу // Педагогіка і психологія. – 1997. - №3 с.97-104
3. Соколова В.В. Культура речи и культура общения. – М.Просвещение, 1995. –с.75-81
4. Философский энциклопедический словарь / Гл. ред.: Иличев Л.Ф., Федосеев П.Н., Ковалев С.М., Панов В.Г. – М.: Сов. Энциклопедия, 1983. – 840 с.
5. Чмут Т.К. Культура спілкування. Навчальний посібник для студентів і викладачів вищих навчальних закладів. — Хмельницький: «ХІРУП», 1999. — 358 с.

Е. Г. Базовая
Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г. Луганск

ПРОБЛЕМЫ ВНЕКЛАССНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ШКОЛЕ

С наступлением нового века по ряду экономических причин в Украине и в силу более сложного комплекса причин в настоящий момент в Луганской Народной Республике во многих школах практически свернута внеклассная и внеурочная деятельность учащихся, несмотря на то, что внеклассная работа является важнейшим средством для осуществления индивидуального подхода к учащимся и учета их познавательной потребности. Конституцией Луганской Народной Республики провозглашается право каждого гражданина на образование, гарантируются общедоступность и бесплатность дошкольного, основного общего и среднего профессионального образования в государственных или муниципальных образовательных учреждениях и на предприятиях [1, ст. 36]. Закон ЛНР об образовании находится в стадии создания, между тем внеклассная работа при системной и масштабной организации является одной из альтернатив имеющему существенные недостатки профильному обучению и заслуживает внимания как один из аспектов формирования личности учащихся, а в будущем молодых строителей нового государства.

Проблема формирования компетентности учащихся и обучения их умению применять знания является весьма актуальной. Это обусловлено, во-первых, процессом модернизации современного образовательного процесса и, во-вторых, все возрастающим потоком информации, где одним из главных критериев формирования отношения ученика к знаниям становится умение им

воспользоваться в целях саморазвития, что ведет к становлению положительных внутренних ощущений, переживаний, эмоциональному отклику. Одной из важнейших основ процесса модернизации образования является ценностное отношение к личности, которое заключается в том, что основной целью, основным результатом, основной ценностью функционирования образовательных систем является формирование и развитие личности средствами образования [3, с. 105].

Вопросом формирования умения применять знания занимались многие психологи, педагоги и методисты. Однако в основном все авторы рассматривали пути формирования этого умения на уроках, и не уделяли внимание возможностям внеклассной работы по предметам.

Современные тенденции мирового развития обуславливают существенные изменения в системе образования.

Темпы развития общества ускоряются, оно становится все более информатизированным, что значительно увеличивает масштабы межкультурного взаимодействия. Расширяются возможности политического и социального выбора. Развивается экономика, растет конкуренция, сокращаются сферы неквалифицированного и малоквалифицированного труда, в связи, с чем возникает потребность в повышении профессиональной квалификации и переподготовке работников, росте их профессиональной мобильности.

Все это предъявляет новые требования к субъекту общества:

- Готовность к самостоятельному выявлению и усвоению необходимых для определенной деятельности знаний.
- Потребность в интеллектуальной активности.
- Личная ответственность за результаты своей деятельности.
- Готовность личности добросовестно и качественно выполнять деятельность.
- Проявление личной инициативы, нестандартного мышления, раскрытие и развитие своего творческого потенциала.
- Развитие потребности и способности личности к самообразованию.
- Наличие учебно-познавательных мотивов, стремление к профессиональному росту.

Поскольку сегодня наблюдаются прогрессивные сдвиги в характере и содержании труда, его растущая интеллектуализация и творческая оригинальность, работник современного производства должен уметь быстро ориентироваться в нестандартных ситуациях, быть профессионально и психологически подготовленным к непрерывному обновлению производства, его организации. Очевидно, что сформированная готовность к самоопределению у выпускников школы как нельзя лучше отвечает требованиям дня.

Однако анализ опыта практической деятельности образовательной школы показывает, что она часто не создает возможности для удовлетворения индивидуальных образовательных потребностей учащихся, поэтому, безусловно, процесс самоопределения затруднен.

Таким образом, возникает необходимость в создании развивающей среды, которая бы не ставила препятствий на пути к воплощению намерений, а наоборот, создавала условия для выявления и развития талантов.

Для создания такой развивающей среды очень большую роль может и должна сыграть внеклассная работа. При участии во внеклассных мероприятиях учащиеся не ограничены жесткими рамками правил. Наоборот, они чувствуют поощрение и поддержку при проявлении своих лучших качеств. Внеклассная работа побуждает школьников участвовать в принятии решений, повышает их инициативу, которая при этом является не принудительной, а внутренне мотивированной. В результате возрастает качество решений и обеспечивается распределение ответственности за выполнение заданий. Это дает возможность учащимся достичь более высокого уровня образованности и приобрести необходимые знания.

Одним из уровней образованности является компетентность, которая содержит в себе следующие компоненты:

1. мобильность знаний; постоянное обновление знаний для успешного решения задач в данное время и в данных условиях.
2. гибкость метода; применение того или иного метода в зависимости от условий.
3. критичность мышления; творческое нестандартное мышление.

Все эти компоненты могут быть наиболее эффективно реализованы именно в рамках внеклассной работы. И в современных условиях школьного образования необходимо в полной мере использовать все возможности, которые она открывает перед учителями и учащимися для формирования компетентности [6, т.22 № 4, с. 102].

Таким образом, органам управления образованием в Луганской Народной Республике необходимо уделить активное внимание вопросу организации в школах республики внеклассного образования, поскольку в условиях повышения интеллектуализации и творческой разнообразности содержания и характера труда выпускник, как будущий участник современного производства, должен не только обладать необходимыми знаниями, но и уметь быстро ориентироваться в нестандартных ситуациях в условиях обновления производства. Получить такие навыки ученики могут в процессе обучения в школе, а главным образом на внеклассных занятиях, поскольку тематика внеклассных занятий не предписана, ее выбирает педагог сам либо совместно с учащимися, сообразуясь со склонностями и желаниями последних и, конечно, возможностями учебного заведения. Такие занятия не скованы жестким регламентом образовательной программы и лимитом учебного времени. Они почти полностью построены на инициативе учеников, а формы их проведения очень разнообразны, изменчивы и могут быть совсем необычны и как раз способствуют приобретению школьниками различных, необходимых в будущем, навыков.

Литература:

1. Временный Основной Закон (Конституция) Луганской Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа :<http://lug-info.com/documents/one/12>.
2. Казаренков В.И. Внеурочные занятия школьников по учебным предметам: Учебное пособие. /В.И. Казаренков. - Р-на-Д.: Изд. Ростовского педагогического госуниверситета, 1994 – 131с.
3. Канарская О.В. Инновационное обучение: методика, технология, школьная практика – СПб., 1997- 165с.
4. Лебедев О.Е. Качество - ключевое слово современной школы. СПб, Просвещение,2008 – 189с.
5. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования: учеб. пособие для студ. пед. вузов и системы повыш. квалиф. пед. кадров/ Под ред. Е.С. Полак – М.,; «Академия», 2010 – 238с.
6. Равен Дж. Компетентность в современном обществе – Психологический журнал, 2001 г. Том 22 № 4, с.102-106.

К. М. Борцова
Луганский Университет
имени Тараса Шевченко
г. Луганск

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ НАПРАВЛЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ СТАРШЕКЛАССНИКОВ

Тема личности человека, динамика ее развития, процессы ее становления и существования волновали человечество с доисторических времен. Рассматривая историю развития психики, мы не можем обойтись без анализа потребности в новых впечатлениях и общении. Избирательность восприятия человеком окружающего мира мы также связываем с потребностями и интересами личности; выясняется, что и наша память зависит от направленности личности: что именно запоминается, как и на какой срок опять-таки связано с потребностями и интересами. Без направленности не обойтись при анализе мыслительной деятельности и внимания. В.В. Богословский отмечал: «Направленность личности – это система побуждений, определяющая избирательность отношений и активность человека».

В современных условиях является важным становление личности каждого человека, формирование социально жизнеспособной личности. Особое значение этот процесс приобретает в старшем школьном возрасте, т.к. социальная ситуация развития определяется ситуацией выбора жизненного пути. То, какой выбор будет сделан в этом возрасте, зависит от направленности личности, доминирующих мотивов, основных ценностных ориентаций. В это же время наблюдается переход самосознания старшеклассников на качественно новый уровень, что также существенно влияет на процесс формирования

ценностных ориентаций личности, дальнейшее развитие ее мотивационной сферы, которая и определяет ее направленность, детерминирующее поведение, его поступки.

Теоретические проблемы направленности личности нашли наиболее полную разработку в трудах Л.И. Божович, Л.С. Выготского, Б.И. Додонова, А.Г. Ковалева, В.С. Мерлина, В.Н. Мясищева, М.Н. Пейсахова, К.К. Платонова, С.Л.Рубинштейна, и др. Несмотря на различие трактовок личности, существующих в отечественной психологии, направленность выделяется во всех подходах в качестве ее ведущей характеристики [2],[3].

Рубинштейн С.Л рассматривал направленность личности как совокупность ведущих, устойчивых мотивов, которые ориентируют деятельность личности и относительно независимы от существующих обстоятельств. Направленность личности по Выготскому Л.С. характеризуется ее интересами, склонностями, убеждениями, идеалами, в которых выражается мировоззрение человека. Ильин Е.П. в содержании направленности выделяет два основных образования: 1) потребности и их модификации — мотивы, установки, идеалы, мечты; 2) отношения личности и их модификации — внутренние позиции, убеждения, социальные оценки и ожидания.

Являясь важнейшей характеристикой человека, интегральным целостным свойством, регулирующим его деятельность и активность, направленность является тем базисом, на который может опираться педагог, психолог в своем воспитательном воздействии на школьника. Поэтому особую актуальность приобретают вопросы развития направленности в условиях образования и, особенно, в старшем школьном возрасте, в период выбора жизненного пути.

В связи с глобальными преобразованиями, активно происходящими в обществе, последние десятилетия, изменяются не только ценности и ментальность человека, меняется смысл человеческой жизни. Ценностное отношение, как и ценность, объективно само по себе и одновременно субъективно. Оно раскрывает внутренний мир личности, основными составляющими которого являются устойчивые смыслы и личностные ценности как источники данных смыслов. Таким образом, исследуя направленность личности, акцент нужно сделать на характере ценностно-смысловой направленности личности, на способе его взаимодействия с миром, в которых смысловая система личности актуально проявляется или потенциал которых она в себе несёт.

Проблемы, связанные с человеческими ценностями, относятся к числу важных для многих наук, занимающихся изучением человека и общества. Это вызвано, прежде всего, тем, что ценности выступают интегративной основой как для отдельно взятой личности, так и для любой социальной группы, нации и всего человечества в целом [1]. Ценностные ориентации являются стержневой, базисной характеристикой направленности личности, ее социальным свойством.

Ценностные ориентации включают в себя три компонента:

1) когнитивный, или смысловой, в котором сосредоточен социальный опыт личности. На его основе осуществляется научное познание действительности, способствующее становлению ценностного отношения;

2) эмоциональный, который предполагает переживание индивидом своего отношения к данным ценностям и определяет личностный смысл этого отношения;

3) поведенческий, базирующийся на результатах взаимодействия первых двух компонентов.[1] Благодаря познанию действительности и ее ценностному переживанию субъектом формируется готовность действовать, осуществлять задуманное в соответствии с продуманным планом.

Для определения эффективности формирования ценностных ориентаций Н.Н. Ушакова выделяет следующие критерии:

1. Знание ценностей. Результатом здесь является умение формировать ценностные ориентации. Понятие ценностей считается усвоенным, после полного овладения содержанием понятия, его объемом, знанием его связей, отношений с другими понятиями, а также умением оперировать понятием в решении практических задач.

2. Дифференциация ценностей — умение производить ценностный выбор.

3. Действенность ценностных ориентаций [4].

Развитые ценностные ориентации – это признак зрелости личности, показатель меры её социализации, а неразвитость - является признаком инфантилизма, что особенно заметно у молодого поколения.

Психологические возрастные особенности старшеклассников предполагают осознание собственной индивидуальности, появление жизненных планов, готовность к самоопределению, установка на сознательное построение собственной жизни, формирование системы ценностных ориентаций и мировоззрения, они открывают свой внутренний мир.

Для того, что бы глубже изучить выше перечисленные компоненты направленности личности старшеклассников, мы можем обратиться к их читательской направленности. Ведь художественная литература является мощным фактором социализации, с помощью которой человек приобщается к опыту человеческой истории, проживает особенности взаимоотношений между людьми, усваивает культурные нормы, образцы и ценности, что является актуальным и многозначительным для данной возрастной категории. В связи с этим можно обозначить две проблемы: во-первых, досуговое чтение сегодня заменяется телевидением, компьютером, во-вторых, школьники, если и читают, то читают не то, что, по мнению старшего поколения, заслуживает внимания. Очевидно, что читательская направленность современных школьников заслуживает пристального внимания ученых, психологов и педагогов школы. Подчеркнем, что в этом возрасте воздействие печатного слова на формирование направленности личности очень велико, с помощью книг старшеклассники ищут ответы на жизненно важные вопросы. Однако стоит отметить, что современные школьники относятся к книге не как к «учебнику жизни», а как к одному из средств информации и массовой коммуникации. И вследствие падения книжной культуры, а точнее художественной литературы,

в старшем школьном возрасте наблюдаются такие тенденции: во-первых, обеднение эмоциональной и интеллектуальной сферы развития школьника, что впоследствии может сказаться на формировании шкалы оценок во всех аспектах взаимосвязи личности с окружающим миром. Во-вторых, изменилось содержание читаемой литературы, современные школьники предпочитают фантастику, мистику и «ужасы», детектив и так называемый «сентиментальный роман». Большинство этих произведений не способно положительно влиять на формирование направленности личности старшеклассников, а точнее, моральных и этических ценностей, верных эстетических оценок.

Выводы. Изучая взгляды и подходы ученых (таких как Леонтьев Д.А., Ядов В.А., Рокич М. и т.д.) [2], можно сказать что, необходимость изучать читательские предпочтения старшеклассников и их связь с ценностными ориентациями следует углубленно. Круг интересов старшеклассников является психологической базой ценностных ориентаций. В этом возрасте происходит переключение интересов с частного и конкретного на отвлеченное и общее, наблюдается рост интереса к вопросам мировоззрения, религии, морали и эстетики. Развивается интерес к психологическим переживаниям других людей и к своим собственным. И впоследствии закрепляется на всю жизнь.

Литература:

1. Голуб А.М. Формирование ценностных ориентаций молодёжи в процессе досуговой деятельности // Социально-педагогическая работа. – 2009. - № 4. – С. 53-57.
2. Китаева А. И. Читательские предпочтения в структуре направленности личности. - СПб. 2010.
3. Мясичев В.Н. Проблема отношений человека и ее место в психологии / В.Н. Мясичев. //Хрестоматия по психологии. /под ред. А.В. Петровского.– М.: Просвещение, 1987. –С. 146-152.
4. Ушакова Н.Н. Индивидуальный подход в процессе формирования ценностных ориентаций учащихся общеобразовательной школы.- Курган, 1998.

***В. С. Буланая**
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск*

ФОРМИРОВАНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ У БУДУЩИХ УЧИТЕЛЕЙ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА

Современная методика преподавания формировалась в течение всего периода развития изобразительного искусства как вида человеческой деятельности, и прошла сложный путь развития. Методы преподавания менялись в результате борьбы мнений, смены художественных направлений, изменения принципов

обучения. Для успешного овладения методикой в первую очередь необходимо критически использовать все лучшее, что было достигнуто в предыдущие эпохи. Методику преподавания рисования в прошлом нужно изучить как с практической, так и с теоретической стороны, выяснить, что было в старых системах преподавания положительного, и вместе с тем отметить отрицательные стороны обучения, неприемлемые с нашей точки зрения.

Принцип решающей роли деятельности в единстве с принципом отражения, разрабатываемый в трудах С.Л. Рубинштейна, А.Н. Леонтьева, поэтому важно теоретическое положение А.Н.Леонтьева о взаимосвязи деятельности и сознания: “Действительный предмет сознания субъекта оказывается зависящим от того, какова активность субъекта, какова его деятельность” и др.;

Актуальность данной темы заключается в подготовке квалифицированных специалистов, формирование у студентов художественных взглядов на изобразительное искусство, готовить студентов художественных специальностей к активному обучению детей изобразительному искусству, при этом раскрывать способности и талант ребёнка, также необходимо сохранять живыми и плодотворными тенденции академической школы.

Учитель нового тысячелетия должен в достаточной степени обладать качествами, необходимыми для реализации в педагогической практике новых концепций, ставящих целью возрождение художественной культуры, приобщение подрастающего поколения к духовным и нравственным ценностям.

Профессиональная подготовка учителя на теоретическом уровне характеризуется его научно-теоретической готовностью к педагогической деятельности, которая предполагает усвоение студентами системы знаний о декоративно-прикладном искусстве как части общечеловеческой культуры, знание методологических основ и владение теорией формирования самосознания учащихся средствами искусства.

Известно, что целенаправленное обучение студента – будущего педагога той или иной деятельности достигается при включении его в эту деятельность. Творческие способности развиваются в процессе творческой деятельности.

Опираясь на достижения психологии, в основе которых лежит применение диалектико-материалистической теории познания к решению психолого-дидактических проблем были определены способы формирования необходимых свойств и характеристик, обеспечивающих профессиональную готовность личности учителя усваивать богатства духовной и материальной культуры, в познавательной и художественно-творческой деятельности, развивать традиции декоративно-прикладного искусства.

При этом учитывались:

- принцип решающей роли деятельности в единстве с принципом отражения, разрабатываемый в трудах С.Л. Рубинштейна, А.Н. Леонтьева, поэтому важно теоретическое положение А.Н.Леонтьева о взаимосвязи деятельности и сознания: “Действительный предмет сознания субъекта оказывается зависящим от того, какова активность субъекта, какова его деятельность” и др.;

- закон единства учебной и обучающей деятельности, сформулированный С.И.Архангельским

- процессы преподавания и учения в целостном процессе обучения образуют двустороннюю закономерную связь, опосредованную содержанием образования в высшей школе. В этой взаимосвязи закономерным следствием закона “единства учебной и обучающей деятельности”, по утверждению С.И.Архангельского, является рассмотрение студента не только как объекта, сколько как субъекта обучения.

Профессиональная готовность будущего учителя на художественно-практическом уровне характеризуется развитием его художественно-графических умений и навыков на основе усвоения специфики системы изобразительного искусства, приобретением опыта декоративной работы с целью его реализации в работе с детьми, стремлением к художественному творчеству.

Теоретическая и художественно-практическая подготовка студентов рассматривались как необходимый фундамент для последующего формирования их методических знаний и умений. Такой системно-комплексный подход к содержанию профессиональной подготовки студентов художественных специальностей, способствуя формированию у будущих учителей научных представлений о теории и практике изобразительного творчества, оказывает значительное влияние на методическую культуру будущего специалиста в подготовке к работе в школе.

Художественно-практическая деятельность в процессе познания и освоения видов народного искусства, является основой для методической подготовки студентов потому, что все учебно-творческие задания в процессе изобразительной работы должны иметь четко выраженную педагогическую направленность:

- выполняя задание, студенты переживают опыт обучения ученика;
- в ходе поисково-творческой работы у учащихся формируются основы методического мышления;
- собственные работы студентов могут служить наглядными пособиями при обучении школьников.

Таким образом, изучение искусства, отличающегося высокими эстетическими достоинствами, педагогическим потенциалом активно влияет на формирование личности будущего педагога, способствует становлению его профессионального мастерства и развития личности.

Литература:

1. Абдуллина О.А. Общепедагогическая подготовка учителя в системе высшего педагогического образования. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Просвещение, 1990. – 141 с.

2. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. В 2-х т., Т. 2 / АПН СССР. – М.: Педагогика, 1989. – 704 с.

3. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. – М.: Политиздат, 1977. – 304 с.

4. Архангельский С.И. Учебный процесс в высшей школе и его закономерные основы и методы. – М.: Высшая школа, 1980. – 368 с.

В. А. Вилитенко
Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г. Луганск

ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТОВ КОРРЕКЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ВУЗЕ

Введение. В настоящее время высшее профессиональное образование ориентировано на социальный заказ. Потребителями результатов образовательных процессов являются работодатели, оценивающие качество образования и подготовленность специалистов по уровню их компетентности. Профессиональное образование должно быть ориентировано на подготовку компетентного специалиста, способного применять полученные знания и умения, быть готовым к осуществлению определенного вида деятельности в конкретных ситуациях

Основные положения. Профессиональная компетентность как качество личности формируется на протяжении всей жизни человека. Анализ психолого-педагогической и методической литературы позволил выделить существующие противоречия в исследуемой области:

- между потребностью в квалифицированных специалистах, обладающих высоким уровнем профессиональной компетентности и традиционным содержанием профессиональной подготовки выпускников вуза;
- между потребностью в создании эффективного процесса развития профессиональной компетентности студентов и отсутствием теории и технологии его практической реализации.

Одним из способов формирования профессиональной компетентности выпускников в системе высшего профессионального образования мы видим формирование научно - исследовательской деятельности средствами художественно - творческих технологий, направленных на развитие навыков самостоятельного овладения научными знаниями и их творческого применения. Научно-исследовательская деятельность определяет возможности профессионального развития личности студента. Аксиологический аспект данного вопроса позволяет показать вовлечение студентов в научно-исследовательскую деятельность средствами художественно - творческими технологиями как восхождение личности студента к ценностям познания, истины, самореализации, как раскрытие его субъектности. В качестве условий формирования профессиональной компетентности студентов через научно-исследовательскую деятельность средствами художественно - творческими технологиями по нашему мнению являются:

Обеспечение возможности активного участия студентов в научно-исследовательской деятельности; осуществление подготовки преподавателей и кураторов к субъект-субъектному взаимодействию со студентами; внедрение в образовательный процесс методических рекомендаций по ведению научно-исследовательской деятельности, являющейся основой формирования профессиональных компетенций студентов; определение критериев и уровней сформированности профессиональной компетентности через научно-исследовательскую деятельность средствами художественно - творческих технологий. Разработка и внедрение в образовательный процесс модели формирования профессиональной компетентности через научно-исследовательскую деятельность. Разработка программы по работе с преподавательским составом и кураторами академических групп по формированию субъект-субъектных отношений между ними и студентами.

Профессиональная компетентность представляет собой совокупность трех компонентов: гносеологического, праксеологического и аксеологического. Перечисленные выше структурные элементы профессиональной компетентности мы рассматриваем в качестве критериальной оценки сформированности профессиональной компетентности:

– Аксиологический критерий сформированности профессиональной компетентности предполагает сформированность совокупности целей и мотивов, адекватных целям и задачам профессиональной деятельности, устойчивая потребность к постоянному повышению уровня профессиональной компетентности; мотивированное стремление к непрерывному самообразованию и самосовершенствованию, творческое и ответственное отношение к делу;

– гносеологический критерий – наличие системы знаний, необходимых для осуществления профессиональной деятельности, объем профессиональных знаний и представлений, профессиональное мышление, понимание системного характера профессиональных проблем, знание требований, предъявляемых к профессии и т.д.

– праксеологический – сформированность системы общих учебных и специальных умений, эффективное использование целостной системы знаний по ряду дисциплин, их аккумуляция и интегрирование; умение мобилизовать свой опыт и способности на поиск, обработку и применение информации для решения профессиональных проблем; Исходя из логики исследования, нами были выделены три уровня сформированности профессиональной компетентности студентов посредством художественно - творческих технологий ведения научно-исследовательской деятельности: функциональный, профессиональный, креативный.

Функциональный уровень сформированности профессиональной компетентности студентов через научно-исследовательскую деятельность сформирован в том случае, если у студента отсутствует целостная картина профессиональной деятельности. Уровень профессиональных знаний минимальный.

Профессиональный уровень сформированности профессиональной компетентности студентов через научно-исследовательскую деятельность сформирован в том случае, если актуализирована потребность в получении профессиональных знаний, но не выработана установка на профессиональную деятельность, недостаточен уровень применения полученных профессиональных знаний на практике.

Креативный уровень сформированности профессиональной компетентности студентов через научно-исследовательскую деятельность сформирован в том случае, если актуализирована потребность в получении профессиональных знаний, студент имеет полное представление о будущей профессии, понимает её сущность и социальную значимость.

Организованная научно-исследовательская деятельность как целостная система является средством формирования у студентов профессиональной направленности личности, усвоение ими основ будущей профессиональной деятельности.

Выводы. Процесс формирования профессиональной компетентности студентов в соответствии с выделенными педагогическими условиями позволяет определить его индивидуальность к уровню профессиональной пригодности выпускника вуза. В ходе исследования мы пришли к выводу, что научно-исследовательская деятельность, стимулируя развитие мотивации, знаний и умений студента, способствует формированию его профессиональной компетентности.

Литература:

1. Выготский, Л. С. Психология искусства / Л. С. Выготский. М., 1987. -334 с.
2. Громыко, Ю. В. Проектирование и программирование развития образования / Ю. В. Громыко. М.: МАРО, 1996.
3. Ландшеер, В. Концепция минимальной компетентности / В. Ландшеер // Перспективы: вопросы образования. 1988. -№ 1, с.32.
4. Ярошевский, М. Г. Структура научной деятельности / М. Г. Ярошевский // Вопросы философии. 1974. - № 11.

***Е. В. Вильховченко**
Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г. Луганск*

АВТОРИТЕТНЫЙ ПЕДАГОГ – ОБЩАЕМСЯ БЕЗ КОНФЛИКТОВ

Актуальность данного исследования обусловлена возрастающим количеством сложных педагогических ситуаций в образовании переходящих в открытые конфликтные противостояния в образовательной среде.

Конфликты существуют столько сколько существует человечество, да и не только люди, но и все живое на земле конфликтует отстаивая свои позиции и права на существования.

Термин «конфликт» происходит от латинского слова *conflictus*, что означает буквально «столкновение, серьезное разногласие, спор». Понятие «конфликт», несмотря на его широкое распространение и актуальность, не имеет четко и более ли менее универсального определения [1].

Анализируя большинство конфликтов необходимо отметить, что инициатором чаще всего является не коллектив и не большинство, а скорее личность или малая группа не согласная с мнением большинства или коллектива.

Одной из форм проявления конфликта между личностью и группой является конфликт между руководителем и коллективом в нашем случае это может быть классный руководитель, куратор или учитель предметник назовем их педагогами и ученическим коллективом, спортивным коллективом, студенческой группой или другой группой учащихся назовем их учащимися. Педагог это старший по возрасту с педагогическим образованием опытный авторитетный наставник.

Педагогический авторитет – особая профессиональная позиция, определяющая влияние на учащихся, дающая право принимать решения, выражать оценку, давать советы [2].

Цель нашего исследования теоретически обосновать предположения о том, что у педагога обладающего истинным авторитетом конфликтных ситуаций случается меньше нежели у педагога не имеющего достаточного авторитета у учащихся.

Наши конфликтующие стороны педагог и ученик, в виду объективных причин относятся к различным поколениям. Это возраст если не брать во внимание как исключение «молодого специалиста» работающего в выпускном классе, то разница в возрасте от 12 до 55 лет. И удивительная способность старшего поколения напрочь забывать об авторитете который авансом получает без исключения каждый педагог на своем первом уроке входя в каждый класс, и далеко не все педагоги сохранили авансированный им авторитет до конца учебного года.

Дети по своей природе чаще интересуются тем, что предлагается им в игровой форме, так как с рождения именно игровая деятельность для них является основной и на этом основано большинство обучающих методик на начальном этапе обучения школе. Игровая методика позволяет педагогу заинтересовать учащегося в выполнении необходимого, трудного и порой неинтересного задания. Одновременно с этим у детей формируется искренний интерес к общению с педагогом, а интерес к педагогу тем самым закладывает фундамент будущего его авторитета. В дальнейшем этому педагогу не составит труда заменить игровые методики на ролевые игры и в итоге на деловой подход в получении знаний.

Во всей деятельности авторитетного педагога прослеживается идея поддержания заинтересованности учащихся в первую очередь идти в школу общаться с педагогом, прислушиваться к его рекомендациям и в итоге получить от него высокую оценку за свои старания.

Ученик, получая задание у авторитетного, для него, педагога думает как наилучшим способом и в полном объеме выполнить его, у него нет и мысли каким образом избежать выполнения задания, так как он лично заинтересован в выполнении его и в конечном результате. А соответственно нет прецедента для разногласия и спора, т.е. конфликта. Это подтверждает идею, что авторитетный педагог стимулирует мотивационную составляющую деятельности учащегося тем самым исключает риск возникновения конфликтных ситуаций основанных на отсутствии у учащихся желания учиться.

Таким образом, делаем вывод, что личностные качества авторитетного педагога помогают ему организовать учебную деятельность учащихся при котором дети искренне заинтересованы в её выполнении, что само собой исключает в большинстве случаев возникновение предпосылок для серьезных разногласий и конфликтов, связанных с не выполнением требований педагога. И соответственно мы можем утверждать, что для бесконфликтного общения в образовательной сфере авторитет педагога играет существенную роль.

Литература:

1. Мириманова М. С., Конфликтология: [учебник для студ. сред.пед. учеб. заведений]. — 2-е изд., испр. / М.С. Мириманова — М.: Издательский центр «Академия», 2004. - 320 с.

2. <http://afag-eyubova.blogspot.com/>

Е. Е. Ищенко
Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г. Луганск

ФЕНОМЕН ПЕРЕЖИВАНИЯ КАК ПРЕДМЕТ НАУЧНОГО АНАЛИЗА

Изучение психологических механизмов переживания в экстремальных ситуациях имеет большое значение для современной психологии. Особую значимость оно приобретает в связи с ростом численности различных катастроф, «горячих точек», террористических актов.

Перед специалистами психологами стоит задача разработки программ профилактики и реабилитации лиц, оказавшихся в экстремальной ситуации. Для решения этой задачи необходима разработка концепции переживания человеком экстремальной ситуации.

В истории философии и психологии изложены разные точки зрения относительно понятия «переживание». В психологии основы нового подхода к рассмотрению эмоций и переживаний заложили Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, А.Р. Лурия, С.Л. Рубинштейн, А.В. Запорожец.

В этом обзоре мы ставим своей целью проанализировать различные взгляды на проблему переживания.

Истоки анализа проблематики переживания восходят к интроспективной психологии, классической психологии сознания, где под «переживанием» понималось любое испытываемое субъектом эмоционально окрашенное состояние и явление действительности, непосредственно представленное в сознании и выступающее как событие его собственной жизни.

Так же переживание рассматривается как форма активности, возникающая при невозможности достижения субъектом ведущих мотивов его жизни, крушении идеалов и ценностей и проявляющаяся в преобразовании его психологического мира, направленном на переосмысление своего существования [1, с.270]

В первом, широком значении термина переживание акцентируется такая особенность, как его непосредственная данность сознанию субъекта. Во втором значении раскрывается функция стремлений, желаний и хотений в регуляции деятельности личности. Эти формы «переживания» отражают в сознании динамику борьбы мотивов, выбора или отвержения целей. В действительности же переживания выступают как внутренние сигналы, посредством которых осознается личностный смысл происходящих событий, осуществляется осознанный выбор возможных мотивов и регуляция поведения личности. Третье значение термина «переживание» фиксирует особую форму активности, позволяющую человеку в критической жизненной ситуации перенести тяжелые события, обрести благодаря переоценке ценностей осмысленность существования (Ф. Е. Василюк)

Долгое время в философии и психологии господствовал взгляд, согласно которому в чувствах как психических явлениях видели только эпифеномены сознания, лишённые жизненного значения, своеобразные отголоски архаических реакций. Было широко распространено мнение, что чувства и эмоциональные переживания оказывают преимущественно негативное влияние на сложные формы поведения.

К проблеме переживания первым в отечественной психологии обратился Л.С. Выготский. Ученый выдвинул идею о слиянии аффективного и интеллектуального, которое проявляется в наиболее возвышенных чувствах человека: любви к познанию, страстному стремлению к истине и так далее. Л.С. Выготский показал, что по мере обобщения и осознания мира внутренних переживаний в системе значений и ценностей человек освобождается от порабощающего влияния аффектов и обретает внутреннюю свободу.

В исследованиях А.В. Запорожца переживания получили статус специфических форм действия и даже функциональных органов индивида. А.В. Запорожец считал возможным рассматривать в контексте теории деятельности не только сложные переживания, но и эмоции. Он провел целый ряд экспериментов, в которых при помощи драматизированного словесного описания и выразительного наглядного изображения удавалось вызывать эмоциональное предвосхищение результатов деятельности [2, с. 260-275]

Таким образом, оказалось возможным организовать особую психическую деятельность — деятельность эмоционального воображения, которая позволяла человеку не только представить, но и пережить отдаленные последствия своих

поступков, прочувствовать их смысл. Для возникновения эмоционального предчувствия и эмоционального предвосхищения у человека имеются образно-выразительные средства — своеобразный язык чувств, имеющий социальное происхождение.

Именно переживанию С. Л. Рубинштейн отвел роль первоэлемента предметной области психологии. Переживание и знание - согласно его взгляду, два полюса этой области. "Два аспекта, всегда представленные в сознании человека в единстве и взаимопроникновении, выступают здесь как переживание и знание. Переживание это первично, прежде всего - психический факт как кусок собственной жизни индивида в плоти и крови его, специфическое проявление его индивидуальной жизни. Переживанием в более узком, специфическом смысле слова оно становится по мере того, как индивид становится личностью и его переживания приобретают личностный характер". [5, с.36]

Процесс перерастания переживаний в новое качество приводит к тому, что сложные переживания уже не вписываются в традиционную проблематику эмоциональных процессов. В понятие «переживание» вкладывается новое психологическое содержание, связывающее его с процессами, с помощью которых человек преодолевает критические жизненные ситуации [3, с.138]

В современной психологии можно выделить две основные точки зрения на сущность переживания. Первая рассматривает переживание как деятельность, то есть видит в нем активный, результативный внутренний процесс, реально преобразующий психологическую ситуацию. По мере того как категория переживания вводится в концептуальный аппарат психологической теории деятельности, переживание начинает рассматриваться не как отблеск в сознании субъекта тех или иных его состояний, не как особая форма созерцания, а как особая форма деятельности, направленная на восстановление душевного равновесия, утраченной осмысленности существования — словом, на «производство смысла». В контексте деятельностного подхода переживание понимается как внутренняя работа, с помощью которой человеку удается пережить те или иные события. [3, с.13]

А.В. Запорожец, напротив, высказывает мысль о когнитивных функциях эмоций, справедливо отмечая, что онтогенез человеческой психики не может быть сведен к развитию интеллекта. «Мы полагаем, — пишет А.В. Запорожец, — что в психологии накоплено достаточное количество данных, свидетельствующих о существовании особого вида эмоционального познания, при котором субъект отражает действительность в форме эмоциональных образов» [2, с.272]

Вторая точка зрения на природу переживания сложилась в психологии под влиянием феноменологической парадигмы и состоит в понимании переживания как непосредственной внутренней субъективной данности психического явления, в отличие от его содержания и «модальности» (чувства, воли, представления, мышления, памяти и т. д.). Именно общая идея производства смысла позволяет говорить о переживании как о продуктивном процессе, как об особой работе. Результатом переживания здесь оказывается «метаморфоза

личности, перерождение ее, принятие нового замысла жизни, новогообраза-Я» [3, с.24]

Переживание, таким образом, оказывается уже не психической «функцией», стоящей в одном ряду с памятью, восприятием, мышлением или воображением. Оно оказывается деятельностью, самостоятельным процессом, в реализацию которого функции памяти, мышления и воображения включаются так же, как и в реализацию всякой человеческой деятельности. Получается, что различные психические процессы и качества при определенных условиях приобретают компенсационное значение и начинают выполнять работу переживания. В этом контексте переживание рассматривается как преодоление некоторого «разрыва» жизни, как восстановительная работа. По своему психологическому смыслу процессы переживания оказываются направленными на саму жизнь, на обеспечение психологической возможности ее реализации. [4,с.159-170]

Переживание как деятельность реализуется и внешними, и внутренними действиями. Это положение чрезвычайно важно с методологической и мировоззренческой точки зрения.

Переживание как психологический феномен изначально представляет собой комплекс относительно независимых и самостоятельных процессов:

- это отражение, проживание, деятельность, отношение, эмоциональное состояние;
- оно может являться следствием деятельности;
- может выступать событием внутренней жизни, «призмой», через которую преломляется ситуация;
- в переживании кристаллизована прошлая деятельность человека.

Экстремальные жизненные ситуации, которые неразрешимы процессами предметно-практической и познавательной деятельности, решают процессы переживания.

Выводы и перспективы дальнейших исследований.

Психология переживания требует своей дальнейшей категориальной разработки с определением структуры, состава, функций, феноменологии динамики и культурно-социальных и других особенностей переживаний субъекта. В рамках нашего магистерского исследования мы будем изучать особенности переживаний личности в условиях экстремальной ситуации, что, на наш взгляд, обладает особой актуальностью в современных условиях.

Литература:

1. Психология. Словарь /Под общ.ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – 2-е изд., испр. и доп. - М.: Политиздат, 1990. – 494 с.
2. Запорожец А.В. К вопросу о генезисе функции и структуры эмоциональных процессов у ребенка //Запорожец А.В. Избр психол. труды: В 2 т. - М.,1986. - Т 1
3. Василюк Ф.Е. Психология переживания. - М., 1984.- 480с.
4. Токарева С.Б. Проблема духовного опыта и методологические основания анализа духовности. — Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2003. — 256 с.
5. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. — СПб. : Питер, 2002. – 720 с

ВНЕУЧЕБНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ В РАМКАХ НАУЧНОЙ БИБЛИОТЕКИ

Организация воспитательной внеучебной работы студентов является актуальной проблемой, как для современного высшего учебного заведения, так и для научной библиотеки, испытывающей на себе интенсивное воздействие таких факторов, как глобализация образования и информатизация пространства вуза. Актуальность изучения внеучебной работы студентов в рамках научной библиотеки сегодня возрастает в связи с малоизученностью данной темы. В педагогическом сообществе сохраняется устойчивое мнение о второстепенности внеучебной деятельности по отношению к учебной, "несерьезности" содержания внеучебных занятий, их дополняющем содержании.

Важнейшим условием внеучебной научной деятельности является налаженная система организации самостоятельной работы пользователей библиотеки ЛУ им. Тараса Шевченко, которая достигается путем создания благоприятных условий для развития интеллекта, исследовательских навыков, творческих способностей и личностного роста студентов формирования информационной компетентности.

По мнению Мироновой О. И. информационная компетентность определяется как способность эффективно выполнять информационную деятельность (при решении профессиональных задач, обучении, в повседневной жизни) с использованием ИКТ, что предполагает владение информационной компетенцией и сложившейся готовностью (содержащий и личностные качества) к решению соответствующих задач с учетом приобретенного опыта, с возможностью самостоятельной организации собственной деятельности, с осуществлением самоконтроля и осознанием личной роли при их реализации и возможных последствий осуществления [1, с.169].

Научная библиотека ЛУ им. Тараса Шевченко, в организации внеучебной деятельности студентов, играет значительную роль в формировании личностных качеств, помогает воспитывать личность как составляющую информационного общества; способствует самоутверждению, саморазвитию, самоопределению; формирует навыки и умения дифференцировать информацию, помогает определять ее значимость, критерии оценивания, обработки и использования; повышать собственную компетентность; четко и доказательно обосновывать результаты научной или учебной деятельности, развивать творческий потенциал.

В основу внеучебной работы студентов в рамках вузовской библиотеки входят приобретение знаний, умений и навыков взаимодействия с информационной средой вуза, законы ее функционирования, умение

ориентироваться в информационных потоках; является показателем профессиональной культуры; базируется на методологическом, мировоззренческом, общеобразовательном и общекультурном основании и проявляется в применении навыков поиска, обработки и представления информации на основе соответствующей системы научных понятий, принципов и законов, как необходимых факторов познания и отображения объективной реальности, т.е. мы говорим о формировании информационной компетентности студентов.

Таким образом, внеучебная работа студентов в научной библиотеке вуза достигается путем качественного обслуживания пользователей, своевременном и полном выполнении их информационных запросов с учетом задач, которые ставит высшая школа к подготовке специалистов. В свою очередь, воспитательная работа, проводимая в вузовской библиотеке со студентами, обеспечивает актуализацию теоретических знаний студентов, направляет их в практическую плоскость, указывает на самые острые социальные проблемы современности, формирует их социальную зрелость, способствует формированию профессиональных компетентностей, в том числе и информационной компетентности.

Литература:

1. Миронова О. І. Формування інформаційної компетентності студентів як умова ефективного здійснення інформаційної діяльності / О. І. Миронова // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. – 2010. – № 17 (204). С. 165-174

*С. М. Кравченко
Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г. Луганск*

СУЩНОСТЬ И СТРУКТУРА КОНФЛИКТОЛОГИЧЕСКОЙ ГРАМОТНОСТИ СТУДЕНТОВ

Для каждого образованного человека является абсолютно понятным - общество не может существовать без духовности и культуры взаимоотношений. Проблемы культурного развития личности, формирования его духовности и толерантности сейчас одни из самых актуальных. Ведь толерантность - это определенный уровень развития общества, характеризующий формы человеческих взаимоотношений, самого человека как общественный субъект деятельности. В ее основе - духовное начало, поэтому терпимость и является источником нравственного становления воспитания поколений.

Конфликты присущи любой сфере деятельности человека: бытовой, профессиональной, социальной, политической, культурной. Культура

отдельного человека измеряется степенью его толерантного отношения к окружающим и всего социума в целом, т.е. его умением предупреждать и предотвращать конфликтные ситуации, что и характеризует его как человека конфликтологически грамотного. Студенческий возраст (юношеский) является наиболее благоприятной почвой для понимания собственных психических качеств и черт, социально - нравственной самооценки, самовоспитания, самовыражения, самоутверждения. Старшие подростки делают первые попытки планировать будущее, определять цели жизни, идеал, которому стоит следовать. Поэтому привитие моральных ценностей и усвоения признаков гуманистического идеала, формирования уровня терпимости в этом возрасте является потребностью развития и предпосылкой становления личности. Характерно и рост потребности в общении, выраженные эмоций в кругу сверстников, заказывает усиления влияния друзей на личность студентов. Недостаточная конфликтологическая грамотность студентов, отсутствие знаний норм и правил поведения в конфликтах могут усугубить сложившуюся ситуацию.

Поэтому современное высшее образование должно быть ориентировано не только на освоение студентами знаний, умений, навыков и соответствующих эффективных компетенций для осуществления профессиональной деятельности, но и прежде всего на воспитание и развитие личности, способной жить в мире, согласии, терпимости и гармонии в обществе, т.е. на развитие конфликтологической грамотности.

Актуальность проблемы развития конфликтологической грамотности личности студента обусловлена противоречиями между: социальной потребностью общества в личности, обладающей конфликтологической грамотностью и возможностью вуза удовлетворить эту потребность; необходимостью развития конфликтологической грамотности личности студента вуза и недостаточной разработанностью как теоретических, так и практических вопросов данной проблемы.

Конфликт неразрывно связан с жизнью человеческого общества. В переводе с латинского понятие «конфликт» означает столкновение, противоборство. Противоборство характерно для всего существующего. Многообразные различия между людьми приводят к борьбе за свои интересы, ценности и потребности, что часто принимает форму конфликта. Поэтому проблемы конфликтного противоборства нашли свое отражение в многочисленных философских и религиозных учениях, народном творчестве и различных научных исследованиях.

Предполагается наличие следующих компонентов в структуре конфликта: предмет конфликта, объект конфликта, участники конфликта, микро- и макросреда. Наряду с объективными компонентами авторы выделяют также психологические компоненты конфликта: потребности, мотивы, цели, интересы, ценности и стратегии поведения в конфликте. Большинство конфликтов развивается в результате неудовлетворения потребностей сторон. Потребность – это такое состояние, которое возникает от нужды в определенных объектах, испытываемой субъектом. [1, с.77]. Конфликтная

деятельность обусловлена личностными особенностями участников конфликта, их восприятием и отношением к конфликту, а также применяемыми стратегиями. На основании этого, можно сделать вывод, что исход конфликта зависит от действий и психологических характеристик участников конфликта, то есть конфликт будет иметь позитивные или негативные последствия. Изучая педагогические конфликты, ученые пришли к заключению, что в педагогическом процессе они рассматриваются как нежелательное явление, которое в большинстве случаев имеет деструктивные последствия. Это свидетельствует о недостаточной конфликтологической грамотности некоторых субъектов образовательного процесса, то есть недостаточном уровне развития конфликтологической грамотности.

Различают понятия «конфликтологическая грамотность личности» и «конфликтологическая грамотность специалиста». «Конфликтологическая грамотность личности» выражается в стремлении и умении человека предупреждать и разрешать социальные конфликты: межличностные, межэтнические и межнациональные. Под «конфликтологической грамотностью специалиста» понимается качественная характеристика способа жизнедеятельности специалиста в профессиональной конфликтной среде. По мнению автора, конфликтологической грамотности специалиста свойственно усвоение и использование профессионально ориентированных конфликтологических знаний, необходимых для восприятия профессиональной конфликтной среды и последующей реализации профессиональных функций в условиях профессионального конфликта.

Функционально конфликтологическая грамотность специалиста проявляется в регулировании процессов профессионального взаимодействия (общения, взаимной деятельности, взаимоотношений) и преобразовании конфликтных параметров профессиональной среды, в связи с чем, Н.В. Самсонова и А.Б. Белинская выделяют регулятивную и преобразующую функции, которые заключаются в:

- гармонизации взаимоотношений субъектов профессиональной деятельности;
- согласовании совместных действий;
- обеспечении эффективной профессиональной деятельности и профессионального становления в условиях профессионального конфликта;
- преобразовании конфликтной профессиональной среды с целью предупреждения возможных конфликтов [2, с.12].

Исходя из вышеизложенных представлений следует, что конфликтологическая грамотность как вид профессиональной культуры носит деятельностный характер и отражает знания, умения и способности специалиста прогнозировать, регулировать и разрешать конфликты в профессиональной деятельности специалиста.

По определению О.И. Щербаковой, конфликтологическая грамотность личности представляет собой интегративное качество, основывающееся на экзистенциально-гуманистических ценностях, включающее культуру мышления, культуру чувств, коммуникативную культуру и поведенческую культуру и проявляющееся в оптимальных, соответствующих контексту, стратегиях взаимодействия в конфликтах, обеспечивающих конструктивное

решение проблем. Описанные выше структурные компоненты конфликтологической грамотности характеризуются следующими особенностями:

- *Культура мышления*
- *Культура чувств*
- *Коммуникативная культура*
- *Поведенческая культура* [3].

В структуре конфликтологической грамотности личности студента можно выделить следующие компоненты: содержательный, эмоциональный, мотивационный, личностно-деятельностный.

В результате анализа научно-методической литературы, посвященной проблеме конфликтологической грамотности, можно отметить, что современные отечественные и зарубежные исследователи активно занимаются изучением конфликтологической грамотности. Анализ отечественной и зарубежной литературы позволяет сделать вывод о том, что, несмотря на многочисленные исследования, психологические аспекты конфликтологической грамотности развиты довольно слабо. Большинство авторов ограничиваются описанием дефиниций конфликтологической грамотности и ее компонентов. Отметим, что ряд авторов описывают конфликтологическую грамотность как инвариант профессиональной грамотности специалиста, упуская из виду личностные особенности данного феномена. Однако конфликтологическая грамотность личности студента с учетом индивидуальных, возрастных и профессиональных особенностей до сих пор остается недостаточно изученной. Что и позволяет нам определить направление дальнейших исследований в этой области.

Литература:

1. Галустова, О. В. Конфликтология в вопросах и ответах : учеб.пособие / О. В. Галустова. – М. : Проспект, 2008. – 216 с.
2. Самсонова, Н. В. Конфликтологическая культура специалиста и технология ее формирования в системе вузовского образования : монография / Н. В. Самсонова. – Калининград : Изд-во КГУ, 2002. – 308 с.
3. Щербакова, О.И. Психология конфликтологической культуры личности специалиста : формирование в контекстной образовательной среде : автореф. дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.07 / О. И. Щербакова. – М., 2011. – 41 с.

Остапенко Д. А.

*Луганский государственный университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск*

ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАНИИ

Аннотация. Проблема формирования новых механизмов управления образованием в условиях модернизации требует разработки адекватных подходов к формированию образовательной политики, основанной на необходимости выявления интересов и потребностей разных субъектов –

участников взаимодействия в сфере образования. В статье представлены анализ причин появления разных субъектов социальной практики и механизмы их влияния на изменение качества образования.

Ключевые слова: образовательная политика, управление инновационной деятельностью, заказ на образование, субъекты социальной практики, открытое образовательное пространство.

Важнейшей особенностью управления образованием в современных условиях является то, что проблемы должны решаться не только на уровне образовательной системы, но и могут быть компонентом государственной политики в этой сфере. Государственный подход к модернизации образования является отражением того факта, что господствующая роль государства в управлении образованием. Однако постепенное формирование общественно-государственных и общественных институтов требует внесения в процесс управления образованием изменений, обеспечивающих расширение их участия в этом процессе.

С одной стороны, такая постановка проблемы верна, поскольку система образования в России по преимуществу является государственной, государство же является основным, хотя и не единственным, инициатором модернизационных процессов, источником ресурсов для образования.

Особенность государственного управления образованием состоит в том, что они обязаны формировать направления образовательной политики, выделяя ее многомерный характер, и определять:

- направления, которые соответствующие органы управления обязуются реализовывать;
- направления, которые будут поддерживаться на определенном уровне материально, методически, нормативно, через привлечение общественного внимания и т. д.;
- направления, по отношению к которым соответствующие органы управления будут сохранять нейтральную позицию, не поддерживая, но и не выражая отрицательного отношения;
- направления, по отношению к которым соответствующие органы управления занимают отрицательную позицию, всячески при этом ее выражая.

Необходимость реформирования образования в рамках системной реформы социальной сферы обусловлена изменениями в государственно-политическом и социально-экономическом устройстве России, в том числе:

- переход на рыночные механизмы экономического развития и преобразование форм собственности;
- усиление роли субъектов Федерации и местного самоуправления в решении социальных, экономических и административных вопросов;
- интеграция в мировое политическое, экономическое и социокультурное пространство.

Все это способствует реформированию российской системы образования, совершенствованию институциональных процессов с учетом сложившихся направлений образовательной политики.

Об изменении роли образования в российском обществе можно судить по основным позициям российской образовательной политики, зафиксированным в Законе Российской Федерации «Об образовании». Постановка задач инновационного развития предполагает и конкретизацию задач, представлений о качестве современного образования и его функциях. Это нашло отражение в том, что одним из приоритетных национальных проектов стал проект «Образование», в котором определены основные направления движения и целевые ориентиры: переход экономики на инновационный путь развития (через развитие человеческого капитала), внедрение новых механизмов управления системой образования (использование ресурса образовательных инициатив и практик для решения проблем развития образования), решение социальных задач (т.е. реализация социальных прав и гарантий граждан).

Обсуждая проблему формирования новых механизмов управления образованием в условиях модернизации, обращает на себя внимание тот факт, что подходы к формированию политики выстраиваются на необходимости выявления интересов и потребностей разных субъектов - участников взаимодействия в сфере образования. Практически все социальные и профессиональные группы имеют свои предпочтения и притязания к системе образования, но проблему представляет собой отсутствие системы взаимосвязи и влияния данных групп на управление процессами в сфере образования.

Анализируя причины появления разных субъектов социальной практики в образовании, И. Д. Фрумин указывал на кризис, в котором находилась система образования в начале 80-х годов [6]. Причина кризиса заключалась не только в проблеме финансирования и разрушающейся материальной базе, а в том, что сама система перестала соответствовать запросам общества.

Можно сказать, что в нашей стране отсутствовало управление образовательной системой как специфический вид макроуправления образованием. Происходило это потому, что управление образовательной системой осуществлялось по той же схеме, как и управление учебным заведением, просто появлялись дополнительные органы государственного управления (отделы народного образования, например), которые рассматривали региональную образовательную систему как учебное заведение, которое просто нуждается не в других механизмах и алгоритмах управления, а просто в другого типа нормативных документах.

Государственная политика в области образования в данный период базировалась на принципах, определяющих беспелляционное выполнение государственного заказа на образование, что не всегда соответствовало социальному заказу. Государство рассматривало образование лишь как средство проведения собственной идеологии, а не как потенциал и ресурс для развития. Функции общеобразовательной единой школы были предельно широкими. Учебным заведениям вменялась ответственность не только за уровень образованности учащихся, но и за их воспитание.

В системе профессионального образования к концу советской эпохи также сложилась крайне противоречивая ситуация. Именно через снижение реальной востребованности выпускников системы профессионального образования стал проявлять себя общий структурный кризис экономики, отразившийся в кризисе структуры среднего специального и высшего профессионального образования. В то же время наличие сложившихся авторитетных научно-педагогических школ, признанных во всем мире, поддерживало представление о благополучии и жизнеспособности советской системы профессионального образования. Вместе с тем начинает более отчетливо проявляться размывание привычного заказа на качественное профессиональное образование, появляются новые «заказчики» на его содержание. Иными словами, можно сказать об определенном переформлении традиционного заказа.

Заказ государства на образование все еще определялся целым рядом факторов, среди которых можно выделить:

- определенный тип социализации подрастающего поколения (жестко задавались параметры социализации, которые во многом определяли для образовательной сферы «государственный стандарт» ее качества - правильную идеологическую ориентацию молодежи);

- профессионализацию молодежи;
- обеспечение конкурентоспособности страны на международной арене, ее национальной безопасности.

В массовых профессиях заказ государства сводился к заполнению по мере экстенсивного расширения ранее сложившейся структуры рабочих мест. Заказ профессиональных элит на качественное образование определялся необходимостью воспроизводства данной профессиональной (элитарной) группы.

В качестве ведущих профессиональных элит в этот момент оформились:

- физико-математическая (физико-математическое знание являлось основой для развития инженерных специальностей, создания и производства ядерно-ракетной техники, авиакосмической техники, атомной энергетики и т. п.);

- собственно техническая (она создавала и обслуживала гражданское авиастроение, судостроение, космические технологии и технологии связи, транспортное машиностроение и т. п.);

- биологическая (создание биологического оружия, биотехнологий, развитие генной инженерии);

- химическая (создание химического оружия, средств химической защиты, новых химических материалов и т. п.).

Этот список может быть продолжен, однако он важен не сам по себе, а для понимания того, как этот заказ влиял на образовательную сферу. Открытое, помимо государства, заявление интересов конкретных социальных групп в системе образования и выдвижение ими определенных требований к содержанию образования стало подтачивать традиционную схему и породило многие тенденции, которые в полной мере проявились после 1992 г.

(вариативность образования, множественность типов образовательных учреждений и др.).

Заказ профессиональных элит на образование на уровне средней школы выражался в создании специализированных школ, классов, проведении предметных олимпиад для выявления одаренных учащихся. Заказ на качественное образование потребовал иных педагогических технологий, с одной стороны, и в то же время смог опереться на инновационную педагогическую практику.

В своих исследованиях Г. Н. Прокументова [4] конкретизирует появление и влияние разных субъектов социальной практики, в том числе инновационных групп и сообществ, на состояние и содержание образования через предъявление заказа, рассматривает механизмы их влияния на качественные изменения в образовании, способы организации практики в период конца 90-х - начала 2000 гг.

Традиционно вся система образования определялась только одним субъектом влияния – государством, который определял требования, формировал госзаказ и учебные планы, программы, учебный режим, формы и способы организации учебной работы, нормы оценивания деятельности образовательных учреждений. Отстаивая новые ценности, инновационные группы, составляющие основу инновационного движения, заявили о себе как субъекте влияния на образование. Основу этих групп составили профессионалы (педагоги, управленцы разных уровней, ученые и представители вузов), объединение которых в группы «происходило на ценностных основаниях, через выдвигание и обсуждение идей изменения образования» [4, с. 53-58].

Постепенно инновационное движение приобретало легитимные формы путем развития и организации инновационной деятельности в школах, появления инновационных образовательных учреждений и особенно через освоение разных форм организации инновационной деятельности в образовании, таких как проектирование, программно-целевое решение проблем развития образования [1].

Инициативные группы не только широко использовали названные формы организации инновационной деятельности в школах, но существенно их модифицировали под решение проблем современного образования. В проектах и программах идеи и идеология инновационного образования превращались в образовательное содержание и особые образовательные результаты. Деятельность инициативных групп свидетельствует не только о появлении нового субъекта влияния на образование, но и о том, что «новый субъект влияния сам постепенно меняется, преобразуется: происходит превращение инициативных групп в проектные группы и команды». Постепенно происходит «становление инновационных сообществ и осуществляется переход от легитимации инноваций к их институционализации» [4, с. 56].

Согласно определению Д. Норта, «институт представляет собой совокупность норм, организующих взаимодействие людей» [3].

В целом можно отметить существенные отличия влияния инициативных профессиональных групп от влияния государства на образование. У этих

субъектов влияния разные притязания и ожидания от образования и «разные механизмы влияния на образование (госзаказ - образовательные инициативы), разные способы организации практики (передача и усвоение знаний - производство новых знаний, норм и форм организации практики образования), разные результаты образования (адаптация и приспособление детей к предъявляемым требованиям - формирование компетенций участия человека в своем образовании), разные последствия влияния (формализация образования, образовательное отчуждение - создание образовательных программ для образования человеческого потенциала и ресурса)». При этом важно отметить, что «чем заметнее становятся различия, как самих субъектов влияния, так и механизмов этого влияния, тем очевиднее становится необходимость и неизбежность их взаимодействия» [4].

Как отмечает Г. Н. Прокументова, основной причиной для выстраивания взаимодействия разных субъектов влияния на образование и обращения государства к инновационному образованию имеет появление еще одного субъекта влияния на образование - общества, общественных (социальных) групп как субъектов влияния на образование [4, с. 58].

Таким образом, появление и закрепление в образовании общественных групп в качестве субъекта влияния принципиально изменили состояние и развитие современного образования. Образование характеризуется появлением множественности субъектов влияния. Очевидное несоответствие интенций, идей, провозглашаемых разными группами влияния, обусловило их поляризацию, конфронтацию [4, с. 64].

Это противостояние и отрицание друг друга субъектами влияния на образование начинают меняться с появлением еще одного субъекта влияния – общественных групп. В деятельности этого субъекта влияния выражена потребность в другом качестве образования, чем то, которое дают государственные учреждения. При этом разные общественные группы проявляют потребность в разных дополнительных услугах, программах и тем самым формулируют реальный запрос (спрос) на инновационные образовательные продукты, разработки.

Более того, общественные группы (как субъект влияния) и их образовательные потребности играют совершенно особую роль во взаимодействии разных субъектов влияния: именно общество становится посредником во взаимодействии государства и инициативных (инновационных) групп в образовании. Такое взаимодействие становится условием и качественной характеристикой и особенностью открытого образовательного пространства [4, с. 62]. В целом можно сказать, что появление разных субъектов влияния на образование принципиально изменило состояние и направление развития современного образования.

В результате анализа состояния и тенденций современного образования можно отметить следующее.

Во-первых, появление множества субъектов влияния на образование обуславливает полисубъектность современного образования.

Во-вторых, субъекты влияния на образование, а значит и характер их влияния (динамика, масштаб), имеют существенные отличия. Это касается механизмов влияния субъектов на образование: госзаказ- образовательные потребности - образовательные инициативы (идеи), формы организации образования (учреждение - организация - образовательное сообщество).

В-третьих, в силу объективных различий как самих субъектов влияния, так и механизмов их влияния они являются взаимодополнительными.

Таким образом, появление разных субъектов влияния и направлений развития образования означает, что качество современного образования определяется:

- участием разных субъектов практики в определении целей и проектировании новых форм образования;
- возможностью реализации каждым из субъектов влияния своих представлений об образовании и проектов его изменения;
- взаимодействием разных субъектов, их взаимной дополнителности.

Эта зависимость качества современного образования от участия в нем разных субъектов влияния, от их взаимодействия и взаимной дополнителности означает, что условием повышения качества образования становится осуществление образовательных инноваций, а механизмом – легитимность и разработанность институционального сопровождения их реализации. Следовательно, это требует разработки новых альтернативных механизмов управления образовательными инновациями.

Список используемых источников и литературы

1. Ачкасов, В. А. Легитимация власти в постсоциалистическом российском обществе/ В. А. Ачкасов, С. М. Елисеев, С. А. Ланцов. – М.: Аспект Пресс. – 1996. – 125 с.

2. Веснина, Л. В. Региональный проект и образовательная политика в регионе / Л. В. Веснина// Переход к открытому образовательному пространству. Стратегии и механизмы управления: отчет региональной стратегической команды, ч. 2 / Под ред. Г. Н. Прокументовой. – Томск: ИИЗ-пресс. – 2003. – С. 101-119.

3. Норт, Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики/ Д. Норт. – М. – 1997.

4. Отчет по Госконтракту № 375/1 «Образование как ресурс инновационного развития региона». – Томск: ТГУ. – 2008. – 296 с.

5. Прокументова, Г. Н. Субъекты влияния, ситуации и пространство развития инновационного образования / Г. Н. Прокументова// в кн. «Классический университет - инновационные школы: стратегические перспективы взаимодействия» / под ред. Г. Н. Прокументовой. – Томск: ТГУ. – 2008. – С. 11-25.

6. Фруммин, И. Д. Образовательная политика: практика анализа/ И. Д. Фруммин. – М. – 2002.

ДИСКУССИЯ КАК ИНТЕРАКТИВНЫЙ МЕТОД ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ В ВУЗЕ

В статье проведен теоретический анализ дискуссии как интерактивного метода профессионального обучения студентов в ВУЗе. Так же рассмотрена суть интерактивного метода и виды дискуссии на разных этапах занятия.

Ключевые слова: дискуссия, студенты, интерактивный метод, профессиональное обучение, виды дискуссии.

Проблема использования дискуссии в учебном процессе на протяжении многих веков находилась в центре внимания философов, педагогов и методистов. Еще в Древней Греции использовался метод вопросов и ответов (диалектический диалог), который позже получил название «сократовской беседы». Выдающиеся философы Платон и Аристотель важную роль отводили изучению дискуссионно-диалогического аспекта решения спорного вопроса [1, с. 72].

Настоящее развитие дискуссия получила в средневековых университетах, где была разработана система ее проведения и сформулированы основные требования к организации различных видов дискуссий.

В начале XX века дискуссия привлекла внимание методистов и преподавателей-практиков в связи с поиском новых методов обучения, а в 70-80 годах - как метод, с помощью которого реализовывалось проблемное обучение. Начало устойчивого интереса педагогов и психологов к феномену дискуссии принадлежит к тридцатым годам XX в. и связан с работами известного швейцарского психолога Жанны Пиаже, в которых было показано, как благодаря механизму дискуссии со сверстниками учащийся избавляется от эгоцентрического мышления и учится принимать точку зрения другого [2, с. 40].

Требования научно-технического прогресса поставили перед учеными задачу изучения процессов принятия управленческих и творческих решений в группе.

Анализ работ ученых по вопросам использования дискуссии в процессе обучения по профессиональным предметам предоставил возможность выделить основные направления проведения дальнейшего исследования: прежде всего определение сущности дискуссии как дидактической категории, изучение вопроса влияния дискуссионных интерактивных методов на мотивацию обучения студентов, а также формирования умений студентов во время дискуссии. Данный анализ дает основание сделать вывод, что дискуссия является интерактивным методом обучения, стимулирующий познавательную деятельность и содержательную направленность на самореализацию студентов, когда общение происходит ради углубленного изучения проблемы, поиска

различных средств для выявления собственных мыслей, где четко прослеживается коммуникативная основа: получение студентами знаний во время общения друг с другом и преподавателем, ради работы в группе для выполнения общей задачи, при выработке общего группового подхода и соблюдения правил совместной поисковой деятельности [1, с. 15].

Профессиональное обучение предусматривает осуществление каких-либо видов совместной деятельности группы студентов на практических занятиях (отработка навыков и умений, выполнение творческих задания, создание продуктов трудовой деятельности). В процессе осуществления деятельности в группе, обязательно происходит общение между участниками на уровне обсуждения, спора, поиска совместного решения – дискуссия.

Профессиональное обучение можно организовать таким образом, что источником знаний будет выступать не только преподаватель, а и информационные технологии (компьютер, видео, интернет и т.д.). Студенты, соответственно, должны уметь осмысливать полученную информацию, трактовать ее, применять в конкретных условиях; одновременно думать, понимать суть вещей, уметь выразить личное мнение. Именно этому способствуют интерактивные технологии обучения.

Суть интерактивного обучения состоит в том, что учебный процесс строится в условиях постоянного, активного, позитивного взаимодействия всех студентов. Происходит коллективное, групповое, индивидуальное обучение, обучение в сотрудничестве, когда преподаватель и студенты - равноправные субъекты обучения [4, с. 105].

В результате организации учебной деятельности при таких условиях, создается атмосфера взаимодействия, сотрудничества – интерактивный дискуссионный метод.

Существуют следующие разновидности интерактивного дискуссионного метода: диспут, полемика, спор, дебаты, «панельная дискуссия», круглый стол, форум, «концентрические круги» и др. Данные методы имеют схожую цель и структуру проведения.

Используемые в дискуссии средства должны признаваться всеми, кто принимает в ней участие. Употребление других средств недопустимо и ведет к прекращению дискуссии. У каждого из участников должны быть определенные представления об обсуждаемом предмете.

Однако итог дискуссии - не сумма имеющихся собственных представлений, а что-то общее для разных позиций. Но такой вывод определяет не чье-то частное мнение, а более объективное суждение, поддерживаемое всеми участниками обсуждения или их большинством. Одной из важных особенностей дискуссии является то, что в ней всегда имеются элементы компромисса и она, как правило, ориентирована на поиск и утверждение истины [2, с. 67].

В зависимости от дидактической цели, дискуссионные методы применяют на разных этапах занятия: при проверке знаний студентов чаще всего используют дебаты, поскольку они позволяют создать ситуацию, связанную с практическим применением знаний, не требуют значительной дополнительной

подготовительной работы и позволяют в сжатые сроки проверить не только фактические, но и теоретические знания большого количества студентов [4, с. 40].

При изучении нового материала используется «панельная дискуссия», круглый стол, которые становятся основой учебно-познавательной деятельности и позволяют совместить изучение нового материала с самостоятельной работой и создают ситуацию приобретения знаний в действии, к тому же способствуют развитию у студентов интеллектуальных и коммуникативных умений.

На этапе закрепления знаний происходит обобщение и систематизация учебного материала, поэтому используют форум, «концентрические круги», дебаты, которые создают ситуацию активного взаимодействия между участниками учебного процесса и способствуют развитию интеллектуальных умений и навыков [5, с. 124].

Интерактивные дискуссионные методы помогают развитию у студентов критического мышления, коммуникативной культуры, умения работать с различными источниками информации, однако имеют разную направленность. Подбирая метод, следует учитывать, что некоторые из них, например, круглый стол, «бхбхб», «концентрические круги» направлены, прежде всего, на развитие умения общаться и взаимодействовать в группах. А вот форум, «панельная дискуссия», дебаты, дискуссия с элементами игрового моделирования - ориентированы на изучение конкретно-содержательного аспекта выбранной проблемы.

Таким образом, дискуссионные методы способствуют глубокому пониманию проблемы, выработке самостоятельной позиции, оперированию аргументами, критическому мышлению, умению учитывать мнения других, признавать удачные позиции, лучше понимать собеседника, способствуют освещению собственных убеждений и формированию личного взгляда на мир [6, с. 69].

В высшей школе необходимо использовать методы обучения таким образом, чтобы они активизировали мышления всех участников педагогического процесса, развивали партнерские отношения. Так же повышали результативность обучения не только за счет увеличения объема передаваемой информации, но и за счет глубины и скорости ее переработки, обеспечивали высокие результаты воспитания и обучения студентов, способствовали самосовершенствованию преподавателей и будущих специалистов, минимизировали их усилия.

Использование дискуссионных методов активного обучения в высшей школе приближает студентов к реальной профессиональной деятельности.

Литература:

1. Психология и педагогика / Абульхамовой К.А., Васиной Н.В., Лаптева Л.Г., Сластенина В.А. М.: «Совершенство», 1998.
2. Андрюшина Т.В. Психология и педагогика. / Андрюшина Т.В., Залесов Г.Н., Николаенко В.Н. Москва – Новосибирск, 2000.
3. Матюшкин А.М. Активные проблемы психологии высшей школы. М., 1977.

4. Дидактика современной школы / Под ред.. В. А. Онищука.-К.: Вища шк., 1987.

5. Платов В.Я. Деловые игры: разработка, организация, проведение. М., 1991.

6. Ситаров В. А. Дидактика: учеб. пособие для студ. / В. А. Ситаров. – М.: АСАДЕМА, 2002. – с. 240.

M. V. Kubrakova
Lugansk University named by
Taras Shevchenko
Lugansk

THE INFLUENCE OF SOCIAL, POLITICAL AND CULTURAL FACTORS ON FORMATION OF THE THEORY AND PRACTICE OF PERSON'S SPIRITUAL DEVELOPMENT IN THE PEDAGOGICAL IDEA OF DOMESTIC EMIGRATION (THE 20th -50th OF THE XX CENTURY)

Violent events of the beginning of the XXth century on the Ukrainians lands caused political emigration of civilians and militaries abroad who tried to continue both political and cultural work, mainly, in the sphere of cultural and educational study as the main part of Ukrainian culture, science and education.

The importance of study of social, political and cultural factors which influenced the spiritual life of Ukrainian emigration in Europe of the 20th -50th of the XX century is certainly great.

One should mention that Ukrainian emigrants, being spread throughout the European countries, had shown the powers of self-organization in order to save themselves as the part of the Ukrainian ethnos, which was forcefully parted from the Motherland. Thus accompanied the activity of great variety of social, cultural and educational establishments, which were created by Ukrainian emigrants, and where their spiritual life was concentrated.

In pedagogical science the problem of social, political and cultural factors on formation of theory and practice of person's spiritual development in the pedagogical idea of domestic emigration (the 20th - 50th of the XX century) wasn't investigated comprehensively. Some aspects of this problem were investigated by P. Yurkevych, V. Zen'kovs'kyi, L. Vovk, V. Gubman, V. Dyrda, M. Yevtukh, I. Zyazyun and others.

To the end of the 20th of the XX century the Ukrainian centers of political, cultural and religious emigration were created in Poland, Czech Republic, France and Germany. The great amount of Ukrainian emigrants was spread throughout Bulgaria, Yugoslavia, Belgium, Italy, Switzerland, Finland, Hungary, England and Greece. The emigrants called such countries as "outlying areas" of Ukrainians [3, p.19].

The attitude of these countries' government towards Ukrainian emigrants was shown in different ways. Some factors and mainly, political interest of some countries as for Ukraine had played an important role. Almost all the countries had attempts to use emigrants in their political aims. The political status of Ukrainian political emigrants was regulated on the one hand, by the national legislation of some

countries, and on the other hand, by some international legal standards, which had been created by the League of Nations concerning all political emigrants - the natives of former Russian empire. Due to these standards the Ukrainian people unlike to Russians and Armenians didn't belong to the separate category of political emigrants but were the part of "former Russians who hadn't any citizenship" [2, p.53-54]. Such legal state of Ukrainian political emigrants, where the fact of their own citizenship in Ukraine was completely ignored (1917-1920), was also existed in the national legislation of many European countries such as Belgium, France, Bulgaria and Yugoslavia. However, the common legal status of Ukrainian emigrants in every country differed greatly, thus in Belgium and France it was much better then in Bulgaria, Yugoslavia and Turkey.

The best political, economic and legal status of Ukrainian emigrants was in Czech Republic. In order to support the young state some of the higher Ukrainian establishments; a dozen of cooperatives and the great variety of cultural, social and political centers had been working there at the time, there were published nearly 30 newspapers there. The Czech Republic became the center of Ukrainian emigration by virtue of some of the Ukrainian high schools creation. [1, p.13].

The great variety of emigrants, especially the public and cultural leaders who stayed in Germany tried to cooperate in order to create the public and cultural establishments which were directed on spiritual, cultural and creative work abroad. Those Ukrainian organizations which had located in Germany and carried out significant coordinative work and were the participants of the most important social and cultural events, played the great role in scientific, cultural and educational life of Ukrainian emigrants. One should determine the following organizations as: the Ukrainian community in Berlin, the Union of Ukrainian students in Germany, the Ukrainian Institute of Science in Berlin, the Ukrainian national communities, the Union of Ukrainian leaders in Germany and others.

Having studied the periodical material, especially the organization's reports about its activity, one may analyze the cultural and educational work of Ukrainians. The Ukrainian community organized meetings where sociopolitical, historical and cultural topics were discussed. It also organized exhibitions, concerts, spectacles, sociable meetings and opened libraries, etc. The members of this community tried to cooperate with foreigners, lead publishing activity in Ukrainian and foreign languages and give its members financial assistance. The Ukrainian community organized Christmas and New Year celebration, honored the memory of some outstanding representatives of Ukrainian science and culture, etc. Choir was founded in the community. At weekly meetings of this community during 1919-1922 some presentations were made by V. Simovych, O. Skoropys-Yoltuhovskyi, O. Pryhodko, V. Levytskyi, D. Doroshenko, B. Lepkyi, Ye. Vyrovyi and others.

Thus, one should make the conclusion that the Ukrainian interwar political emigration really proved that the Ukrainian people could live under conditions of great variety of different political directions and ideas of pluralism. At the same time the experience of this emigration showed the intense competition of different political centers in winning the people's respect, the different ideas between these centers and others which had the same political direction.

The idea of conquering the Ukrainian independence didn't become the source of domestic emigrants' consolidation, who had divided onto two principles: political (the representatives of the Central Rada, get'mantsi, petlyuriv'tsi and others) and territorial ("galytchany", nadnipyantsi"). The spiritual unity of inner state wasn't the main reason of domestic state of Ukrainian political emigration of interwar period.

Some of emigrant Ukrainian organizations made some attempts of saving spirituality of Ukrainian people, tried to promote the ideas of Ukrainian culture among the public of European countries and find the active supporters of this idea among western politicians, they also criticized the Soviet and polish regimes which were in Ukraine and made the programs of future development of independent Ukraine.

In order to continue the further research in this direction one should make the detailed analysis of the influence of social, political and cultural factors on formation of theory and practice of person's spiritual development in the pedagogical idea of domestic emigration (the 20th - 50th of the XX century) in some other countries.

Литература:

1. Бетлій О. Український вільний університет та наукове життя у Празі, 1921-1929 // www.ekpu.lublin.pl/naukidni/betlij/betlij.html
2. Наріжний С. Українська еміграція. Культурна праця української еміграції між двома світовими війнами / С. Наріжний. – Ч.1 – Прага, 1942. – 72 с.
3. Павлова Т.Ф.Русский заграничный исторический архив в Праге / Т. Ф. Павлова // Вопр. истории. – 1990. – № 11. – С. 19.

Л. В. Савина
Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г. Луганск

ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В НЕПРИЗНАННОМ ГОСУДАРСТВЕ НА ПЕРВОНАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ ЕГО СТАНОВЛЕНИЯ

12 мая 2014 года после состоявшегося 11 мая референдума о самоопределении Луганской Народной Республики, по объявленным организаторами итогам большинство жителей Луганской области высказались за независимость региона и создание Луганской Народной Республики. Действующее правительство Украины воспринимает людей, провозгласивших ЛНР, как сепаратистов и террористов и проводит против них войсковую операцию, именуемую антитеррористической.

Эксперт по вопросам международных отношений Андрей Большаков в своей работе «Непризнанные государства европейской периферии и пограничья» [4] отмечает, что в международно-политической практике проблема непризнанных государств была поставлена давно. «Некоторые современные государства переживали периоды непризнания, иногда длившиеся годами, — пишет

специалист. — Международно-правовое противоречие между правом наций на самоопределение и принципом территориальной целостности государств делает возможным постоянное появление все новых непризнанных образований». «Подобное государство не способно к активной экономической деятельности, не может заключать торговые контракты и осуществлять многосторонние инвестиционные и инфраструктурные проекты», — подчеркивает эксперт.

Согласно ст. 36 временного основного закона (конституции) ЛНР каждый имеет право на образование. В ЛНР гарантируются общедоступность и бесплатность дошкольного, основного общего и среднего профессионального образования в государственных или муниципальных образовательных учреждениях и на предприятиях. Каждый вправе на конкурсной основе бесплатно получить первое высшее образование в государственном или муниципальном образовательном учреждении и на предприятии [1].

До настоящего времени в ЛНР не разработан закон об образовании, поэтому рассмотрим понятие термина «образование», которое приводится во 2 ст. Федерального закона РФ 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации». Образование - единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции определенных объема и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов [2].

Решение проблем повышения качества образования и увеличение разнообразия специальностей для обучения, как же как и решение иных проблем в только что образовавшемся непризнанном государстве, упирается в первую очередь в отсутствие материальных средств для развития системы образования, поскольку огромные ресурсы, поглощаются на военно-промышленный комплекс, а также на решение первоочередных задач по восстановлению разрушенной инфраструктуры и экономики региона.

Говоря об образовании вообще, следует учитывать тот факт, что создание и развитие учебной базы в государстве это процесс длительный и непрерывный. Он должен быть динамичен, учитывать современные реалии общества, опираться на запросы работодателей о необходимости выпуска тех или иных специалистов, а также количестве рабочих мест для их дальнейшего трудоустройства. Однако во вновь образовавшемся непризнанном государстве продолжают свою работу учебные заведения, которые готовили специалистов для гораздо большего региона, чем территория нынешней ЛНР, а обучение некоторым профессиям вообще не проводится. Здесь мы сталкиваемся с образовавшейся проблемой выбора дальнейшей профессии нынешними школьниками, а также проблему дальнейшего трудоустройства для большого количества менеджеров, юристов, экономистов, которых уже наблюдается определенный избыток, в то время как людей рабочих специальностей катастрофически не хватает. К сожалению в столь трудное для недавно

образовавшегося непризнанного государства время, мало кто прикладывает усилия к тому, чтобы сбалансировать этот поток.

Также к одной из проблем можно отнести и противоречие между узкой специализацией и широким спектром отраслей в каждой профессии. В ВУЗах предлагают ряд специальностей, которые, по сути, очень расплывчаты: психологи, менеджеры, юристы, экономисты и так далее. Рынок труда акцентирует внимание на более узких специализациях, но молодые специалисты не подготовлены к специфичным отраслям и знакомы с ними довольно отдаленно из-за преобладания общеобразовательных предметов в перечне изученных дисциплин.

Дистанционное образование крайне необходимо для маленьких стран с малочисленным населением. Оно расширяет возможности для получения образования, особенно специализированное, которое на настоящий момент времени не организовано на территории данного государства. Однако для этого необходимо наладить необходимые межгосударственные контакты начиная от правительственных и заканчивая отраслевыми, непосредственно между организаторами учебного процесса на местах по открытию филиалов иностранных вузов на данной территории, а также обеспечению взаимного признания образования и (или) квалификации между государствами-участниками образовательного процесса.

Ни один из государственных органов Луганска и Донецка, включая высшие учебные заведения не обошла участь разделения. С одной стороны, Министерство образования Украины своими указами обязывало университеты и институты выехать из зоны не контролируемой Киевом, а новообразованные министерства образования непризнанных республик предписывали в кратчайшие сроки начать учебный процесс.

Как оказалось, ни то ни другое не так просто сделать. Учебные заведения, переехавшие в города, оставшиеся под юрисдикцией Украины, страдают от дефицита пригодных для учебы зданий, необустроенности быта студентов и преподавателей, неясной перспективы будущего вуза. Не захотевшие покинуть «родные стены» педагоги в Новороссии очутились в подобном положении, если не худшем. В каждом из вузов ощущается недостаток профессиональных кадров, от трети до половины преподавателей выехали, количество студентов резко сократилось, непонятно, какого образца будут выдаваться дипломы и, соответственно, насколько их признают на межгосударственном уровне. И самое главное – это тяжелое, катастрофическое материальное положение.

Если проблемы у проукраинских частей вузов больше организационные, то в ЛНР и ДНР – фундаментальные. Во-первых, непонятно, как быть с системой образования и какую систему взять за основу – украинскую, российскую или выдумывать свою. Министр образования ЛНР Леся Лаптева говорила о том, что после того, как побывала в Российской Федерации и пообщалась с министрами образования РФ, согласовала, что образец аттестата и диплома в ЛНР – российский. Подобное заявление делал и министр образования ДНР Игорь Костенок. Но насколько это утверждение поддерживают в самой РФ? Заместитель Департамента государственной политики в сфере высшего

образования Ирина Апыхтина, дала по этому поводу разъяснение в ноябре 2014 года и заявила, что согласно российским законам, страна не выдает дипломов студентам, окончившим иностранные высшие учебные заведения, а свои филиалы на территории Луганска и Донецка Россия пока не открыла.

Возобновления системы платного образования в 2015/2016 учебном году в ЛНР может стать одной из первоочередных причин резкого сокращения числа абитуриентов, поскольку в период резкого падения материального состояния людей и безработице в регионе, малоимущие семьи в первую очередь будут думать об удовлетворении своих насущных потребностей, таких как пища, кров, необходимый минимум одежды.

Кроме того, на фоне произошедшего раскола страны и последующей гражданской войны на Украине, гибелью жителей региона и разрушением населенных пунктов при проведении военных действий на части территории Луганской области, резким экономическим спадом и неуверенностью в завтрашнем дне для большинства населения, особо остро возникает проблема культурного развития общества. Под влиянием различных факторов большинство молодых людей не заинтересовано в получении качественного образования и глубоких знаний по выбранной специальности. Вещественное свидетельство о том, что они освоили определенную профессию, им необходимо больше, чем фактические знания и умения. Это также не улучшает общую образовательную картину и уровень знаний молодых специалистов, что в дальнейшем обязательно отразится на уровне развития государства в целом.

В данной ситуации на мой взгляд необходима пропаганда ценности знаний и навыков, которые полезны и необходимы всему обществу для дальнейшего преодоления кризиса и построения сильного государства, а также профессиональный подход со стороны самих педагогов, которые бы грамотно сочетали знания своего предмета с разумной требовательностью к учащимся по его изучению. Но первоначально, это ощутимая работа правительства республики по возрождению экономики региона и обеспечению рабочими местами молодых специалистов.

Говоря о работе педагогов мы должны в первую очередь коснуться одной из главных проблем с которой они столкнулись в настоящее время – финансирование. Это одна из самых болезненных тем наверняка не только в образовательной сфере, но и в многих других отраслях нашей республики. Из-за плохого и не регулярного финансирования происходит отток специалистов из образовательной отрасли республики, многие из талантливых людей и выдающихся ученых выехали в иные регионы, а те кто остался вынуждены в первую очередь решать первоочередные вопросы элементарного выживания при значительном снижении материального стимула за их труд.

Переход на российскую систему образования тоже не прост в исполнении. Если с точными науками, например с математикой, проще – на первое время можно обойтись старыми учебниками, то с остальными – гуманитарными, такими как история России, – совсем тяжело, ведь нет ни методичек, не разработаны годовые планы, нет учебных пособий. Банально у преподавателей

нет опыта и знания предмета. Все это усиливает отток лекторов из вузов, оставшихся в республиках.

В данной ситуации можно говорить о развитии одного из двух прогнозов для системы образования в ЛНР: в оптимистическом прогнозе на ближайшее будущее вузы республики смогут сохранить учреждение, значительно сократив факультеты и количество студентов. Со временем учебный процесс будет похож на приднестровский вариант, с российскими программами и филиалами. Пессимистический прогноз – это закрытие большинства вузов, чтобы осталась пара университетов, на финансирование которых будут брошены все имеющиеся денежные средства.

В связи с выше изложенным мы можем столкнуться с существующим в современное время явлением функциональной неграмотности, т.е. ситуации, когда люди, завершив среднее (да и высшее) обучение, приходят на производство, в учреждение, но не могут понять содержание примитивной письменной инструкции, сделать простые расчеты, заполнить необходимые бланки.

На основании выше перечисленного считаю, что с целью того, чтоб образование в ЛНР/ДНР имело дальнейшие перспективы на развитие, необходимо:

- со стороны правительства самопровозглашенных республик обеспечить условия, при которых специалисты (ученые) не будут уезжать из города с целью поиска оплачиваемой работы в других регионах Украины или России;

- продолжить переговорный процесс с признанными государствами, такими как Украина и Россия по обеспечению выдачи студентам и школьникам дипломов, которые будут ими признаны с целью обеспечения учащимся право на образование и постоянного повышения уровня образовательного процесса (он не должен превращаться в профанацию).

Литература:

1. Временный основной закон (Конституция) Луганской народной республики от 18.05.2014.

2. Федеральный закон Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ // Российская газета Федеральный выпуск от 31.12.2012 N 5976.

3. Ю. М. Колосов, Э. С. Кривчикова. Международное право: учебник / отв. ред. А. Н. Вылегжанин. — М.: Высшее образование, Юрайт-Издат. — 1012 с., 2009.

4. А. Большаков «Непризнанные государства европейской периферии и пограничья» // «Международные процессы», Россия, т. 12 № 3 (38), 2014.

5. Интернет-портал «Про образование», «Что такое образование в Новороссии?», <http://pro-obrazovanie.ru/articles/19>.

КОНФЛИКТ КАК ПРОТИВОРЕЧИЕ ИНТЕРЕСОВ

Актуальность данной темы как теоретическая, так и практическая на современном этапе развития общества является значимой. Конфликты были, есть и будут неотъемлемой частью нашей жизни, это всегда сложный и многоплановый социальный феномен, возникающий по самым различным причинам и мотивам: психологическим, экономическим, политическим, ценностным, религиозным. Сама личность внутренне противоречива и подвержена постоянным противоречиям и стрессам. Чтобы найти оптимальное решение, нужно обладать знанием того, как развиваются такого рода конфликты. Столкновение точек зрения, мнений, позиций – очень частое явление производственной и общественной жизни. Чтобы выработать верную линию поведения в различных конфликтных ситуациях, необходимо знать, что такое конфликты и пути его решения. Знание природы конфликтов их признаков, предотвращения и способов урегулирования способствует повышению культуры общения, но и создает психологическую стабильность личности.

Слово «конфликт» в переводе с латинского – «столкновение». Поэтому его суть в столкновении, интересов, сторон, мнений и сил.

Понятие «конфликт» характеризуется исключительной широтой содержания и употребляется в разнообразных значениях.

Так, на Западе широко распространено понятие конфликта, сформулированное известным американским теоретиком Л. Козером: «Конфликт – борьба за ценности и притязания на определенный статус, власть и ресурсы, в которой целями противника являются нейтрализация, нанесение ущерба или устранения соперника». Это определение раскрывает конфликт в большей степени с социологической точки зрения.

В отечественной литературе большинство определений конфликта носит также социологический характер. Здравомыслов Л. Г.: «Конфликт – это важнейшая сторона взаимодействия людей в обществе, своего рода клеточка социального бытия. Это форма отношений между потенциальными или актуальными субъектами социального действия, мотивация которых обусловлена противостоящими ценностями и нормами, интересами и потребностями». Дмитриев А. В.: «Конфликтом обычно понимается тот вид противостояния, при котором стороны стремятся захватить территорию либо ресурсы, угрожают оппозиционным индивидам или группам, их собственности или культуре таким образом, что борьба принимает форму атаки или обороны»[1].

Мы так же согласны с авторами, в том, что всякий конфликт есть определенное качество взаимодействия между людьми, которое выражается в

противоборстве между его различными сторонами. Такими сторонами взаимодействия могут выступать индивиды, социальные группы, общности и государства. В том случае, когда противоборство сторон осуществляется на уровне отдельного индивида, такими сторонами выступают различные мотивы личности, составляющие ее внутреннюю структуру. В любом конфликте люди преследуют те или иные цели и борются за утверждение своих интересов и эта борьба сопровождается, как правило, негативными эмоциями. Столкновение интересов личности, группы, общества с объективными возможностями в социальной жизни, в конкретных условиях взаимодействия с другими субъектами – это, как правило, столкновение одних интересов с другими [2, с. 11]. Противоборство, основанное на столкновении интересов различных социальных субъектов, называют конфликтом интересов. Столкновению интересов предшествуют признаки конфликта интересов такие как: наличие объекта и ситуации, которые каждый в своих интересах воспринимает, как конфликтные; неделимость спорного объекта или предмета, то есть его нельзя поделить, он может достаться только кому-то одному;

желание сторон продолжить сложившуюся конфликтную ситуацию и нежелание уступить друг другу.

Особенностью конфликтов интересов, можно считать, заинтересованность каждого из участников в своей точке зрения и отстаивания своей позиции, что чревато серьезным ущербом, как для одной, так и для другой стороны. В реальной жизни почти все возникающие коллизии и конфликты представляют собой результат столкновения интересов.

Выделяют несколько способов урегулирования конфликтов интересов:

- соревнование, которое выражается в стремлении каждого человека добиться своего интереса, даже если это произойдет во вред другому лицу.

- приспособление, то есть принесение в жертву собственных интересов ради интересов другого человека.

- нахождение компромисса – то есть, соглашения, основанного на уступках с обеих сторон. Такой вид урегулирования конфликтов интересов может выражаться в предоставлении вариантов, снимающих образовавшееся противоречие.

- к возможностям урегулирования конфликта можем отнести также избегание его, когда у обоих отсутствует желание к объединению и при этом также отсутствует характер достижения собственных целей.

- сотрудничество, оно имеет место тогда, когда участники ситуации нашли альтернативу, которая способна полностью удовлетворить интересы каждой из сторон [3, с. 43].

Таким образом, чтобы в совершенстве овладеть искусством предотвращения конфликта интересов, к примеру в вашей семье, на работе, необходимо проявлять интерес и учитывать мнение окружающих, уметь находить компромисс и альтернативные варианты решения конфликтной ситуации.

Рекомендуем выделять не только положительные качества оппонента, но и учитывать его слабые стороны для улучшения контакта. Умение слушать и слышать окружающих являются более ценными, чем умение говорить.

Литература:

1. Буртовая Е. В Конфликтология [Электронный ресурс] : учеб.пособ. / Е. В. Буртовая. Режим доступа: <http://uchebnik-online.com>. Загл. с экрана.
2. Скібіцька Л. І. Конфліктологія : навч. посіб. / Л. І. Скібіцька. 2-ге вид. – К. : Кондор, 2011 – 384 с.
3. Ходаківський Є. І. Психологія управління : підручник / Є. І. Ходаківський, Ю. В. Богоявленська, Т. П. Грабар. 3-тє вид. перероб. та доп. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 664 с.

И. Ю. Уланова
Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г. Луганск

«ЭЛЕМЕНТАРНАЯ МУЗЫКА» В КОНТЕКСТЕ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ К. ОРФА

Проблема начального музыкального образования – одна из ключевых проблем современной музыкальной педагогики. Именно начальное музыкальное образование, призванное сыграть в жизни человека очень важную роль, определяет все будущие его взаимоотношения с музыкой.

В процессе поиска творческих форм обучения и потребности в соответствующих творческих техниках и технологиях, достаточно интересным и востребованным оказался опыт К. Орфа – выдающегося немецкого музыканта и педагога, предложившего практическую и осуществимую модель творческого музицирования с детьми.

Методика этого уникального «обучения в действии» изложена композитором в его гениальном «Шульверке» - пятитомной музыкально-поэтической антологии «Музыки для детей». Центральным понятием «Шульверка» является понятие «элементарная музыка». В отечественном музыковедении и музыкально-педагогической науке данное понятие не используется, поэтому требует дополнительных разъяснений и уточнений.

«Шульверк» - понятие, созданное и интегрированное в музыкальную педагогику К.Орфом. Его сущность можно определить как «обучение в действии». Композитор был уверен, что только создавая и исполняя музыку вместе, дети познают её в реальном действии, «учатся делая и творя». «Шульверк» - особая разновидность учебной игры. Однако, на протяжении всего этого увлекательного занятия, ребёнок выступает не просто в качестве

играющего и развлекающегося, а является соавтором и создателем собственного музыкального мира. В «Шульверке» собраны детские песни, танцы, поэзия, театр, и всё это преломляется через призму творчества и сотворчества. Музыкально-сценическая игра, музыкально-танцевальный театр, ритмизованная речь, пантомима, пение, игра на музыкальных инструментах - всё это предлагается К.Орфом как средство активного художественного воспитания. Именно поэтому в контексте системы К.Орфа ребёнок выступает не в качестве потребителя ценностей, а в качестве их создателя.

Ключевым понятием в концепции К.Орфа является понятие «элементарная музыка». Пять томов «Шульверка» К.Орфа – это букварь элементарного в музыке. «Элементарной музыкой» К.Орф назвал музыку для детей. «Элементарная музыка, – подчёркивал композитор, - это не музыка сама по себе: она связана с движением, танцем, словом, её нужно самому создавать, в неё нужно включаться не как слушателю, а как участнику» [1, 58]. Следует отметить, что понятие «элементарное» в системе К.Орфа не имеет негативно-оценочного смысла, подобно «неразвитому», «недостойному внимания». Элементарное – значит основное, изначальное, состоящее из первичных коренных элементов. Элементарное содержит в себе то, что ведет к более сложному.

Элементарная музыка оперирует первичными элементами музыки (ритм, мелос, тембр). Это простейший материал в простейших формах - интонационно-ритмических, ладовых, структурных: пентатонно-диатоническая ладовая основа, монофония или гетерофония на фундаменте педальных звуков, остинато и бурдонов. Одноголосное мелодическое движение удваивается ленточным параллельным движением, микстурными созвучиями, украшается дискантированием.

Элементарная композиция пользуется средствами, которые легко сохраняются в памяти без помощи нотной записи. Отдельные письменные «знаки» для памяти - это лишь вехи для воссоздания композиции в импровизационном развертывании. Современные неевропейские культуры и высокие культуры древности (Древняя Греция, Древний Китай) дают аналогичную картину знаковой графической записи - основы для варьирования и импровизации. Элементарная музыка существует не просто для слушания. Ее смысл, значение и роль полностью осуществляются и осознаются лишь в живом звучании и активном участии в продуцировании.

Музыка в «элементарном музицировании» является и равноправным его компонентом, и средством объединения праслов музыки: речи и движения. «Элементарная музыка» сопровождает движение и индуцирует его, сопровождает речь и дает возможность «танцевать поэзию», как это некогда было в античности. В «Шульверке» К.Орф обращается к древним формам южно-немецкого магического и классического календарного фольклора. В последних томах использован фольклор других европейских народов: французский, датский, шведский, английский. Интерпретация фольклора - основная идея «Шульверка».

«Элементарное музицирование» непрофессионально, оно доступно каждому и определяется только желанием творить музыку и общаться. Таким образом, «элементарное музицирование» – это акт самовыражения с помощью звуков и движений, к которым человек приспособлен самой природой. В связи с этим элементарная музыка может быть спонтанной композицией коллектива музицирующих, рождённой совокупностью их творческих импульсов. Она может быть специально сочинённой и записанной с педагогической целью в качестве модели для музицирования, как это сделано Орфом в «Шульверке».

«Идея элементарной, постоянно обновляющейся музыки – отмечал Г. Майер, - возможно, самая смелая и дерзкая идея, оставленная Орфом своим потомкам. В ней заключен многозначный смысл для будущих поколений. В мире, разделенном различными языками, элементарная музыка может стать единственной и понятной всем музыкой: одновременно универсальной и индивидуальной, архаической и современной — новой музыкой единого мира» [1, 9]..

Таким образом исследовав проблему, заявленную в публикации мы пришли к следующим выводам:

- «Элементарная музыка» является ключевым понятие музыкально-педагогической системы К.Орфа;
- у «элементарной музыки» своя эстетика, она может, но не обязательно должна стать высоким искусством;
- область применения «элементарной музыки» - педагогика, возможно медицина.
- главная функция элементарной музыки - воспитание человеческого духа, творческое самопознание и самовыражение личности.

Исследуемая проблема достаточно многогранна и многоаспектна, поэтому требует дальнейшего рассмотрения. Целесообразно проанализировать значимость «элементарной музыки» в контексте композиторского творчества К.Орфа в целом, выявить особенности техники «элементарного стиля».

Литература:

1. Элементарное музыкальное воспитание по системе Карла Орфа. /Под ред. Л.Баренбойма // . – М.: Сов.композитор, 1978. – С. 11- 13
2. Алексеев Э. Раннефольклорное интонирование. Звуковысотный аспект / Э Алексеев// – М. : Сов.композитор, 1986. – С. 20 -21
3. Артобалева А. Первая встреча с музыкой. Из опыта работы педагога-пианиста с детьми дошкольного и младшего школьного возраста. / А.Артобалева.// – М. : Сов.композитор, 1996. – С.30 -32

ОСОБЕННОСТИ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА О ПООЩРЕНИЯХ И НАКАЗАНИЯХ

В воспитательном процессе, вне зависимости от социальной ситуации, в которой находится ребенок, неизбежно применяются такие методы коррекции поведения как поощрение и наказание. Данные методы имеют огромное разнообразие. Каждый метод воздействия оказывает определенное влияние на воспитуемого, на его поведение, на его отношение к себе и к окружающей действительности. Применение поощрений и наказаний довольно сложный процесс и требует от воспитателей гибкого, творческого подхода, так как индивидуальные отличительные черты каждого ребенка предусматривают и соответствующий индивидуальный подход.

Изучением вопроса о применении поощрений и наказаний в отечественной и зарубежной психолого-педагогической литературе занимались: К.Д. Ушинский, Л.Н. Толстой, В.А. Сухомлинский, А.С. Макаренко, Л.Ю. Гордин, Н.Е. Щуркова, В.Ю. Питюков, В.Леви, А. Дистервег, Дж. Дьюи, М.Ф. Квинтилиан, Э. Кей, Я.А. Коменский, Т.А. Куликова, Дж. Локк, И.Г. Песталоцци, Ж.-Ж. Руссо, Б. Скиннер, Г. Спенсер, И. Кант и другие.

Но, несмотря на долгую историю использования методов поощрения и наказания, а также огромное число исследователей данного вопроса, все же мало изученным остаются вопросы: Как дети воспринимают поощрения и наказания? Какое представление складывается у детей о различных методах поощрений и наказаний? Как эти представления связаны с представлениями ребенка о себе и с результатами воспитательных воздействий.

Изучая научную литературу по данному вопросу, мы пришли к некоторым первоначальным выводам.

Представления ребенка-дошкольника – это не устойчивые образы, которые видоизменяются под воздействием различных факторов внешней среды и внутреннего мира ребенка. Дошкольники легко объединяют разные представления и не относятся к ним критически, поэтому возникающие образы могут быть запутанными, непонятными.

Представляя образы наказаний, малыши могут использовать воображение, которое помогает им решить эмоциональные и личностные проблемы, неосознанно избавиться от тревожащих воспоминаний, восстановить психологический комфорт, преодолеть чувство одиночества. Воображение «смягчит» негативные образы и соответственно исказит реальную ситуацию. Таким образом, происходит становление механизма психологической защиты. Также воображение может заполнить существующие пробелы в памяти, объединить разрозненные впечатления. Что, безусловно, также видоизменяет представления.

Некоторые закономерности в применении наказаний и поощрений:

- чем меньше ребенок получает положительных стимулов (ласка, одобрение, похвала, поцелуй), тем ниже эффективность применения наказаний;
- поощрение положительных проявлений и поступков ребенка способствует повышению его уверенности в себе и чувства компетентности, а, следовательно, повышению его самооценки;
- постоянное упоминание о недостатках и неудачах повышают неуверенность в собственных силах и внутреннюю тревожность;
- «однотипная похвала вызывает привыкание. Поэтому разнообразные слова поддержки будут иметь большее значение для ребенка»; [с.60, 6]
- зачастую, минимальное вознаграждение приносит ребенку большую удовлетворенность;
- первичным во взаимодействии ребенка и взрослого является поощрение, если ребенок его чувствует, то он крайне чувствителен к наказанию. «Но если ребенку кажется, что его не хвалят, то его можно бить, но реакции на наказание не будет» [с.90, 6].

Представления о поощрениях и наказаниях оказывают влияние на чувства ребенка, которые он испытывает в процессе определенного воспитательного воздействия; на дальнейшее поведение и на отношение к самому поступку (отрицательному или положительному), за которым последовало родительское «подкрепление».

Поощрение и наказание выступает для ребенка неким посланием о том, что думают о его поведении и о нем вообще его родители. И данная информация является существенным вкладом в основу представлений ребенка о себе.

Интерес представляет то, что родительское «послание» ребенок также пропускает через свое мировосприятие, и считывает именно ту информацию, которая на тот момент ему кажется верной. Под мировосприятием мы понимаем то, что думает ребенок о себе, о родителе и об окружающем мире. И тут на первый план выступает – самооценка, то, как ребенок оценивает себя, каким он себя видит. Т.е. если ребенок думает о себе: «Я хороший», тогда и восприятие самого воспитательного воздействия будет отличаться от того восприятия, как, если бы ребенок думал о себе: «Я плохой».

Таким образом, приходим к пониманию, что представления о поощрениях и наказаниях влияют на формирование представлений о себе. А те в свою очередь влияют на само восприятие мер воспитания.

Сказать точно, что определенное наказание сформирует какую-либо определенную самооценку нельзя. Но исследовать закономерности в их проявлениях представляется возможным и имеет серьезный научный интерес.

Дальнейшее изучение данного вопроса мы предполагаем в виде практических исследований представлений детей дошкольного возраста о поощрениях и наказаниях.

Литература:

1. Азаров Ю.П. Искусство воспитывать: Кн. для учителя. — 2-е изд., испр. и доп. - М.: Просвещение, 1985. - 448 с.

2. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. - М.: МГУ, 1982.-199 с.
3. Возрастная психология. Курс лекций / Под ред. Н.Ф. Добрынина. - М.: Просвещение, 1965. - 295 с.
4. Гиппенрейтер Ю.Б. Общаться с ребенком. Как? 3-е изд., испр. и доп. — М.: ЧРо,2002.-239с.
5. Гордин Л.Ю. Поощрения и наказания в воспитании детей. - М.: Педагогика, 1971. - 200 с.
6. Николаева Е.И. Кнут и пряник! Поощрение и наказание как методы воспитания ребенка. – СПб.: - Речь; М.: Сфера, 2010. – 155 с.
7. Макаренко А.С. Сочинения, в 7 томах, М., 1957-1958.
8. Ушинский К. Д. Избранные сочинения в 2 томах, М., 1952-1953.

М. К. Черних, О. М. Гречина
Луганський університет
імені Тараса Шевченка м. Луганськ

ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНТЕРАКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НАВЧАННЯ В ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ МОЛОДШОГО СПЕЦІАЛІСТА

З розвитком суспільства в усіх сферах виникає необхідність формування у студентів вміння творчо мислити, швидко орієнтуватися і приймати рішення у складних ситуаціях, вміло користуватися електронно – обчислювальною технікою. Вирішення цих завдань пов'язане з навчально – виховним процесом. Саме навчальний процес відбувається за умов постійної, активної взаємодії всіх студентів, де студент і викладач є рівноправними, рівнозначними суб'єктами навчання. Тому організація інтерактивного навчання передбачає моделювання життєвих ситуацій, використання рольових ігор, спільне вирішення проблем. Головною ідеєю застосування інтерактивних методів є активізація розумової діяльності студентів, актуалізація опорних знань, індивідуалізація навчального процесу, надання можливості самостійного осмислення студентами значення отриманих знань для використання їх на практиці [1, с.12].

Одним із методів інтерактивного навчання, який сьогодні широко застосовується багатьма викладачами коледжів є використання ділової гри під час проведення практичних чи лабораторних занять [2, с.28]. Цей метод є професійно спрямований корисний для майбутньої діяльності студентів. Студентам надається можливість вирішення проблемних завдань, ситуацій, ведеться пошук оптимального варіанту рішення. І це можна досягти тільки за допомогою активного, точніше інтерактивного навчання.

Використання інтерактивних технологій передбачає врахування наступних аспектів [3, с.32]:

- як студентам, так і викладачеві потрібен де-який час для підготовки;
- необхідно створити план поступового впровадження інтерактивних методів;

- старанно розробити і підготувати декілька інтерактивних занять у навчальному році;
- провести зі студентами організаційне заняття і розробити разом із ними умови проведення таких занять (роботу в парах, малих групах, проведення «мозкового штурму»);
- викладач повинен продумати і ретельно спланувати свою роботу так, щоб не тільки охопити весь необхідний обсяг матеріалу і глибоко його вивчити, але й залучити до роботи студентів, щоб вони «граючись», захопились темою, що вивчається;
- мотивувати студентів до вивчення теми шляхом підбору найцікавішого матеріалу, випадків, проблем;
- викладач ретельно розробляє таке заняття, визначає хронометраж, роль учасників, готує питання, виробляє критерій оцінювання;
- викладач повинен обов'язково при застосуванні інтерактивних технологій враховувати індивідуальні особливості, рівень знань студентів, щоб складенні завдання давали студентам «ключ» до засвоєння теми, сприяли розвитку розумової діяльності.

Отже, технологія інтерактивного навчання – така організація навчального процесу, яка передбачає участь кожного у процесі пізнання: або студент має конкретне завдання, за виконання якого він повинен відзвітуватися, або від його діяльності залежить якість виконання поставленого перед групою завдання.

Практика викладання дозволяє виділити найбільш ефективні інтерактивні методи, які використовують викладачі нашого коледжу: це метод кейсів і метод модерації.

Метод кейсів (ситуативних задач) – це той інструмент, за допомогою якого значно полегшується і якісно покращується обмін ідеями в групах студентів. Лекції, семінари, засновані на методі кейсів, допомагають засвоїти правила ведення дискусій.

Під час дискусій не тільки вирішуються проблеми, але й кожний студент бере участь у дослідженні, аналізі та порівнянні різних точок зору, що призводить до більш точного та повного розуміння проблеми [4, с.36].

Модерація – це спосіб проведення занять, який дозволяє швидко вийти на конкретні, бажані результати, оскільки дає можливість всім учасникам прийняти спільні рішення як свої власні. Заняття заданим методом передбачає постійний контакт викладача з аудиторією і це дозволяє спрямувати роботу в необхідне русло, привернути увагу до найважливішої положень теми, спільно з учнями з'ясувати її зміст. Цей метод можна використовувати на лекціях, при обговоренні проблем, для яких студенти мають достатні базові знання; на засіданнях, конференціях, що передбачають прийняття конкретного рішення для отримання бажаного результату [4, с.37].

На практичних заняттях з метою придбання навичок аналізу ситуацій і прийняття необхідних рішень студентам можуть індивідуально роздаватися картки – завдання з різними шляхами їхнього рішення. Спочатку студенти самостійно обмірковують свою ситуацію, визначають як краще її вирішити, а

потім розповідають про свій шлях вирішення ситуацій. Послухавши різні точки зору, студенти пропонують і інші підходи до розгляду проблеми. Йде колективне обговорення ситуацій – один з найважливіших елементів модерації. При проведенні такого типу заняття використовуються одночасно два методи – кейс – метод і метод модерації.

Підвищити ефективність інтерактивного заняття допоможе застосування комп'ютерних технологій, що дасть можливість збагатити заняття динамічними ілюстраціями прикладних задач, подати навчальний матеріал в естетичній, доступній та захоплюючій формі. Проблема ширшого запровадження комп'ютерних технологій успішно реалізується впровадженням програми підготовки презентацій MicrosoftPowerPaint під час проведення занять [5, с.40]. Поєднання слова та наочності під час проведення заняття дозволяє якісно та належним чином проілюструвати навчальний матеріал.

Тандем: «комп'ютер – мультимедійний проектор» - достатній варіант щоб забезпечити навчальне заняття засобами інформаційних технологій. Застосування такого тандему має великі переваги порівняно з іншими наочними засобами: зображення проглядається з будь – якого місця аудиторії, інформація не переписується на дошку, що дозволяє економити значну частину часу, можливість здійснювати швидкий перегляд матеріалу з метою його узагальнення в кінці заняття, викладач має більше можливостей для здійснення контролю над аудиторією. В аудиторії створюється атмосфера презентації замість традиційного, доволі рутинного пояснення чи обговорення навчального матеріалу. Використання презентацій дає можливість більш дієво впливати на емоції студентів, що значно підвищує ефективність засвоєння навчального матеріалу [6, с.42]. Якість навчання підвищується на 20 – 40%.

Отже, застосування інтерактивних технологій навчання, особливо в поєднанні з мультимедійною технікою дають можливість комбінувати в одному занятті величезну кількість цікавих завдань, залучати все більшу і більшу кількість студентів, дозволять створити модель діяльності студента, коли він отримує індивідуальне завдання й одразу після виконання його відбувається перевірка правильності результату. Кожен студент відчуває, що він є учасником навчального процесу. Такі заняття проходять піднесено, емоційно насичено, підвищують інтерес та мотивацію до навчання, творчості.

Література

1. Полат Е.И., Бухаркина М.Ю. Современные педагогические и информационные технологии в системе образования. – М.: Академия, 2011.- 196с.
2. Заграва Д.І. Уроки педагогічної майстерності. – К., 1989.
3. Сергеева Т.А., Уварова Н.М. Проектирование учебного занятия / Метод.рекоменд.- М.: Интеллект-Центр, 2003.- 84с.
4. Освітні технології: Навч.-метод.посіб./О.М.Пехота, А.З.Кіктенко, О.М. Любарська та ін.; За ред. О.М.Пехоти. – К: А.С.К., 2004.-256с.

5. Михайлова Н.И. MicrosoftPowerPaint //Информатика и образование.-1997-№1.
6. Волинский В.П. Можливості аудіовізуальних засобів навчання.//Педагогіка і психологія. - 1997-№3.

И. В. Шатова
Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г. Луганск

ВЛИЯНИЕ ОСОЗНАННОСТИ ЭМОЦИЙ НА ХАРАКТЕР ИХ ПРОЯВЛЕНИЯ У МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ

Эмоциональная сфера относится к сложным, динамичным объектам, поэтому для исследования необходимо конструирование соответствующих мерностей или интервальных конфигураций реальности, включающих такие параметры, как качество (модальность) эмоций и их количество, интенсивность и частота проявлений, локализация в физическом, социальном и духовном (ценностно-нравственном) «пространствах», используемые технологии (регуляционные возможности) и др.

Многомерный анализ этих состояний детей создает психологическую основу для развития способностей воспринимать и понимать эмоциональные состояния – как свои, так и чужие; умений направлять свои эмоции в помощь разуму, и разум в помощь эмоциям; способностей выражать то или иное эмоциональное состояние, дифференцировать индивидуальную ценность и социальную норму переживания, управлять эмоциональными состояниями, то есть регулировать интенсивность их проявлений.

На основе фундаментальных положений о природе психики человека выстроена программа исследования эмоциональной сферы детей младшего школьного возраста, их способности регулировать эмоциональные состояния. Это позволяет рассматривать данную тему в контексте общей проблемы психического развития ребенка. (Л.И. Божович, Л.С. Выготский, А.В. Запорожец, А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн, Д.Б. Эльконин)

В возрастно-психологическом и психолого-педагогическом аспектах эмоции изучались по следующим направлениям:

- развитие социальных эмоций у детей (А.В. Запорожец, Я.З. Неверович);
- эмоциональные особенности формирования личности в детстве (Г.М. Бреслав, П.М. Якобсон и др.);
- переживание эмоций и чувств, их экспрессия (М.В. Гомезо, И.А. Домашенко, В.А. Лабунская, Е.А. Сергиенко и др.);
- эмоциональная готовность к школьному обучению (Г.С. Абрамова, И.В. Дубровина, В.С. Мухина, А.А. Реан, Д.Б. Эльконин и др.);
- эмоциональные нарушения в младшем школьном возрасте (Е.Р. Баенская, М.К. Бардышевская, В.И. Гарбузов, А.И. Захаров, В.В. Лебединский, М.М. Либлинг и др.).

В сферу наших интересов входит изучение влияния осознанности эмоций на характер их проявления у младших школьников. Эмоциональная сфера является важной составляющей в развитии детей, так как никакое общение, взаимодействие не будет эффективным, если его участники не способны, во-первых, «читать» эмоциональное состояние другого, а во-вторых, управлять своими эмоциями.

Цель данной статьи – показать, какое влияние оказывает осознанность эмоций на характер их проявления у младших школьников.

Как отмечают различные ученые, исследовавшие эмоциональную сферу детей - эмоциональность является важнейшим фактором воздействия. От нее зависит успех эмоционального воздействия, она мобилизует учащихся, побуждает их к действиям, активизирует их интеллектуальную активность. Осознать эмоции - это значит испытать их как переживание, соотнести определенным образом с тем предметом или лицом, которые вызвали или вызывают эти эмоции и на которые они направляются.

Для выявления зависимости между осознанностью эмоций и характером их проявления нами было проведено исследование на базе СШ № 37 г. Луганска. В исследовании приняло участие 30 учеников вторых классов. Исследование проводилось в форме психодиагностического эксперимента с использованием нескольких методик, позволяющих выявить социальные переживания ребенка младшего школьного возраста, оцениваемые на основании его умения давать оценку поведению других по заданным моральными критериями нормам и умению обосновывать свое поведение; точно назвать переживаемые чувства. Наша задача – выявить наличие или отсутствие зависимости между осознанием чувства и поступком.

Нами были использованы такие методики, как «Оцени поведение» (она является модификацией теста А. Л. Венгера, разработанной и апробированной под руководством Т.Д. Марцинковской, М. Митру) и программный эксперимент «Сказочное путешествие» (Мы моделируем три ситуации - страха, обиды, радости, которые выявляют поведенческие реакции младших школьников в заданных ситуациях).

Благодаря проведенным методикам мы выявили, что из 30 респондентов – 14 чел. (46,7%) преобладает высокий уровень зависимости между осознанностью эмоций и особым характером их проявления. Эти дети умеют давать адекватную и нравственную оценку поступкам своим и других людей, умеют воспринимать, дифференцировать и адекватно интерпретировать эмоциональные состояния других людей, проявлять сочувствие, сопереживание; умеют обозначать свои собственные чувства, их эмоциональная, когнитивная и поведенческая сферы находятся на высоком, для их возраста, уровне развития. Эти дети умеют самостоятельно регулировать негативные и позитивные эмоциональные состояния социально приемлемыми способами.

У 6 чел. (20%) средний уровень зависимости между осознанностью эмоций и характером их проявления. Наше исследование показало, что у младших школьников этой группы слабо развита эмоциональная сфера: они

затрудняются в обозначении своих собственных чувств, умении правильно определять чувства героев тестовых картинок, но хорошо развита когнитивная сфера, высокая степень понимания социальных норм. Анализ корреляционных связей показал прямо пропорциональную связь между степенью развития когнитивной сферы и умением давать нравственную оценку, между степенью понимания причин своих радостей и печалей и умением правильно определять чувства других. Т.о., мы видим, что дети с неразвитой эмоциональной сферой ориентируются на социальные нормы и собственные эмоциональные состояния они слабо дифференцируют.

Проведя исследование, мы выяснили что от качества осознанности эмоций зависит характер их проявления, а также уровень развития эмоциональной сферы младших дошкольников.

Литература:

1. Акопян Л.С. Эмоциональные состояния и их регуляция у детей (на материале детских страхов) : монография / Л.С. Акопян. – Самара :ПГСГА, 2011. – 218 с.).
2. Вилюнас В. К. Основные проблемы психологической теории эмоций // Психология эмоций. Тексты / под ред. Ю. Б. Гиппенрейтер, В. К. Вилюнаса. М.: Изд-во МГУ, 1984. - С.3-28
3. Додонов Б.И. Эмоция как ценность // Вопросы психологии. 2005. №3, С.34.
4. Мухина В.С. Возрастная психология. - М.: Академия, 2009. - 558 с.
5. Фресс П., Пиаже Ж. Экспериментальная психология / П. Фресс, Ж. Пиаже / Пер. с фр. / Изд-во «Прогресс», 1975. 282 с.).
6. Якобсон П.М. Эмоциональная жизнь школьника. - М: Просвещение, 1986. - 108 с.
7. Янкина Е.И. Эмоции и развитие интеллекта ребенка дошкольного возраста // Ананьевские чтения-99: Тезисы научно-практической конференции. СПб., 1999.- С.238-239

VII. ВЕДУЩИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОЛИТИКО-ПРАВОВЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Д.О. Бабічев
Луганський університет
імені Тараса Шевченка

ДО ПИТАННЯ ПРО ПРАВОВІ ЗАСАДИ ПРОКУРОРСЬКОГО НАГЛЯДУ ЗА ЗАКОННІСТЮ РІШЕНЬ ОПЕРАТИВНИХ ПІДРОЗДІЛІВ ОВС ПРО ЗАКРИТТЯ ОПЕРАТИВНО-РОЗШУКОВИХ СПРАВ

Постановка проблеми. Забезпечення правопорядку, дотримання невід'ємних прав і свобод людини є пріоритетними завданнями сучасної України на шляху інтеграції до європейського співтовариства. Ефективне їх виконання значною мірою залежить від роботи органів прокуратури, наділених згідно Конституції України та низки інших нормативних актів національної правової системи функцією нагляду за додержанням законів суб'єктами ОРД під час пошуку й фіксації фактичних даних про протиправні діяння окремих осіб і груп.

В юридичній літературі різні аспекти прокурорського нагляду за додержанням законів під час проведення ОРД досліджувалися в наукових роботах О.П. Бабікова, Ю.М. Грошевого, В.О. Глушкова, Е.О. Дідоренка, С.В. Єськова, В.С. Зеленецького, П.М. Каркача, І.М. Козьякова, М.Й. Курочки, І.Є. Марочкина, О.Р. Михайленка, С.М. Піскуна, М.А. Погорецького, Б.Г. Розовського, Г.П. Середи, В.Л. Соколкіна, В.О. Черкова, М.Є. Шумили та інших авторитетних учених і практиків. Утім, в умовах неоднозначного застосування зміненого у 2012 році оперативно-розшукового законодавства низка концептуально важливих питань потребує докладнішого осмислення, уточнення та, відповідно, додаткового обговорення. Одним з них є правові засади прокурорського нагляду за законністю рішень оперативних підрозділів ОВС про закриття оперативно-розшукових справ.

Метою статті є аналіз правових засад прокурорського нагляду за законністю рішень оперативних підрозділів ОВС про закриття оперативно-розшукових справ та формулювання пропозицій щодо їх удосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Прокурорський нагляд є важливою гарантією проведення ОРД виключно у правовому полі, спрямованою на забезпечення правомірності виявлення й у цілому документування суб'єктами ОРД протиправної діяльності, за яку встановлена кримінальна відповідальність, у державі. Невід'ємною складовою цієї роботи є додержання законодавства під час прийняття низки оперативно-розшукових рішень, серед яких гідне місце займають рішення про закриття оперативно-розшукових справ.

Законом України «Про оперативно-розшукову діяльність» передбачена окрема норма, що визначає ключові правила прокурорського нагляду за

вказаним рішеннями в ОРД. Так, згідно до положень ч. 2 ст. 9² даного нормативного акту прокурор письмово повідомляється у триденний строк про закриття оперативно-розшукової справи, а протягом 10 діб з моменту одержання повідомлення здійснює перевірку додержання законів під час проведення ОРД у цій справі. Підставами закриття оперативно-розшукової справи відповідно до ч. 1 ст. 9² Закону є: 1) розшук особи, яка переховувалася від органів досудового розслідування, слідчого судді, суду, ухилялася від відбування кримінального покарання, а також особи, яка безвісно відсутня; 2) набрання законної сили вироком або ухвалою суду; 3) закриття кримінального провадження слідчим, прокурором або судом; 4) завершення виконання розвідувальних, контррозвідувальних заходів або вичерпання можливостей для їх здійснення; 5) спростування у встановленому порядку матеріалів про злочинну діяльність особи; 6) виїзд особи на постійне місце проживання за межі України, якщо немає можливості проведення щодо неї оперативно-розшукових заходів; 7) невстановлення у передбачені цим Законом строки даних, що вказують на ознаки злочину в діях особи; 8) виявлення прокурором незаконно заведеної справи у разі виконання по ній оперативно-розшукових заходів; 9) смерть особи, щодо якої заведено оперативно-розшукову справу [7].

Сукупність та зміст нормативних приписів віддзеркалюють розуміння законодавцем високої значущості завершальної стадії оперативно-розшукового провадження для повноцінного виконання завдань щодо протидії кримінальним правопорушенням. Простежується й намагання забезпечити виключно законний характер ОРД з максимальним урахуванням непередбачуваних і водночас вірогідних об'єктивних і суб'єктивних факторів, що впливають на її результати. Сьогоднішні ж реалії застосування положень закону навпаки не позбавлені «самовільних коректив», що вносяться в практику ОРД працівниками оперативних підрозділів низької фахової кваліфікації.

Проведений нами аналіз юридичної літератури дозволив відмітити значну кількість у прокурорів претензій, пов'язаних із неправомірністю закриття оперативно-розшукових справ. За їх спостереженнями відповідні процедури значною мірою супроводжуються масовими порушеннями закону. Наводяться навіть так звані нісенітні випадки, коли в постановках про закриття вищезазначених справ рішення мотивуються географічною зміною фігурантами області вчинення злочинів [3, с. 53].

Гостроти в досліджуване питання додає офіційна статистика органів прокуратури України. Наприклад, за даними прокуратури Луганської області в 2013 році з 644 перевірених оперативно-розшукових справ 73 було закрито. З них: 7 за п. 3 ч. 1 ст. 9² Закону України «Про оперативно-розшукову діяльність» (закриття кримінального провадження слідчим, прокурором або судом); 8 за п. 5 ч. 1 ст. 9² Закону України «Про оперативно-розшукову діяльність» (виявлено прокурором незаконно заведеної справи у разі виконання по ній оперативно-розшукових заходів); 20 за п. 7 ч. 1 ст. 9² Закону України «Про оперативно-розшукову діяльність» (невстановлення у передбачені цим законом строки даних, що вказують на ознаки злочину в діях особи). Тобто у 35 постановках про закриття оперативно-розшукових справ (а це 47,9 % від загальної їх сукупності)

прокурорів по суті повідомлено про нульові показники ефективності проведеної оперативними підрозділами роботи, у тому числі негласної, пов'язаної з обмеженням конституційних прав людини. Крім того, прокуратурою Луганської області скасовано 44 незаконні рішення про закриття оперативно-розшукових справ, з них 34 прийняті працівниками МВС [4].

Висвітлена статистика закономірно викликає низку запитань. Цікавими серед них представляються припущення стосовного того, що заведення оперативно-розшукової справи та постановка її на облік може бути спеціально замовленим дійством, метою якого є «прикриття» інтересів злочинців. Як пояснює А. Осташевський, завівши оперативно-розшукову справу, працівник оперативного підрозділу тривалий час може утримуватися від проведення активних розшукових заходів, а в подальшому закривати її у зв'язку зі спростуванням даних про злочинну діяльність. У період проведення імітованого оперативно-розшукового провадження фігурант-замовник відчуває себе захищено, оскільки згідно з положеннями ч. 3 ст. 9 Закону України «Про оперативно-розшукову діяльність» на особу ведеться тільки одна оперативно-розшукова справа [6, с. 33-34].

Також на фоні дискусій, що точаться навколо розбіжностей між КПК України та Законом України «Про оперативно-розшукову діяльність» [1, с. 12; 5, с. 67], дослідники своєчасно ставлять питання про доцільність закриття оперативно-розшукової справи після направлення матеріалів про вчинене кримінальне правопорушення до органу досудового розслідування.

Зокрема, Ф. Краєвський відмічає, що в результаті виконання положень ч. 2 ст. 7 Закону України «Про оперативно-розшукову діяльність» всі подальші заходи проводяться виключно у кримінальному провадженні, в той час, як оперативно-розшукова справа фактично без будь-якого руху та без прийнятого в ній кінцевого рішення знаходиться в оперативному підрозділі до набуття законної сили вироком або ухвалою суду чи закриття кримінального провадження слідчим, прокурором або судом [2, с. 123-124].

Прихильником внесення змін до ст. 9² вищевказаного закону є і автор законопроекту № 2420 В. Журавський. У тексті пояснювальної записки йдеться наступне: «Оскільки розкриття злочинів уже не є обов'язком оперативних підрозділів, відповідні оперативно-розшукові справи підлягають закриттю після направлення цими підрозділами зібраних матеріалів до органу досудового розслідування (з моменту внесення відомостей до Єдиного реєстру досудових розслідувань)». З цією позицією погодився профільний парламентський комітет. За його висновком працівники оперативних підрозділів не мають права проводити процесуальні дії у кримінальному провадженні за власною ініціативою або звертатися з клопотаннями до слідчого, судді чи прокурора (ч. 2 ст. 41 КПК України) [1, с. 12].

Проте, запропоновані новації, хоча й мають логічне підґрунтя, але не є всебічно виваженими і мають недоліки. Принаймні у цьому переконані фахівці Головного науково-експертного управління Верховної Ради України. На їх думку у законопроекті не враховано, що ознаки відповідного злочинного діяння можуть бути виявлені оперативними підрозділами під час проведення

оперативно-розшукових заходів у межах зовсім іншої оперативно-розшукової справи. Наприклад, якщо під час розшуку особи, яка переховується від органів досудового розслідування, в її родича була виявлена велика партія кокаїну, то відповідно до положень законопроекту, після передачі відповідних матеріалів (що підтверджують факт вчинення незаконного зберігання наркотичних засобів) до органів досудового розслідування оперативно-розшукова справа, у межах якої здійснюється розшук зниклої особи, підлягатиме закриттю незалежно від того, знайдена ця особа, чи ні. Тож законодавчі приписи, що встановлюють таку вимогу, не можна вважати виправданими.

Крім того, за висновками вищевказаного управління передача матеріалів, зібраних у результаті ОРД, органам досудового розслідування не означає, що в такому разі відпадає необхідність проведення подальших оперативно-розшукових заходів за виявленими фактами. Зокрема, після початку досудового розслідування досить часто виникає проблема проведення таких дій для встановлення особи підозрюваного або для його розшуку [1, с. 12].

Крайня полярність поглядів на даний аспект закриття оперативно-розшукових справ, на наш погляд, не відповідає інтересам ефективної протидії злочинності, вносить невизначеність у процедуру провадження за фактами виявлення ознак кримінального правопорушення, в зв'язку з чим потребує скорішого доктринального та нормативного узгодження. Зокрема, знавцями в галузі ОРД, спираючись на практику прокурорського нагляду за її законністю, має бути вироблена спільна позиція, що виступатиме підґрунтям для подальшого внесення альтернативних змін до Закону України «Про оперативно-розшукову діяльність»:

- або доповнення ч. 1 ст. 9² Закону п. 1 наступного змісту: «Оперативно-розшукова справа повинна бути закрыта у разі: 1) виявлення ознак кримінального правопорушення та внесення відомостей про факт його вчинення до Єдиного реєстру досудових розслідувань»;

- або поновлення дії п. 2 ч. 1 ст. 9¹ Закону, виклавши його у наступній редакції: «щодо осіб у зв'язку з розслідуванням стосовно них кримінального провадження – до набрання законної сили винесеним щодо них вироком, винесення ухвали суду про закриття провадження, про застосування заходів медичного чи виховного характеру або до закриття кримінального провадження судом, прокурором, слідчим».

Висновки. Підсумовуючи викладені міркування, зауважимо, що прийняття оперативно-розшукових рішень про закриття оперативно-розшукових справ супроводжується різного роду порушеннями, що надає особливого значення прокурорському нагляду за забезпеченням їх законності. Сформульовані нами пропозиції щодо удосконалення Закону України «Про оперативно-розшукову діяльність» носять дискусійний характер. Сподіваємося на їх обговорення у колі зацікавлених учасників науково-практичної конференції.

Список використаних джерел:

1. Ковальський Валентин. Які тепер права в наших «оперів»? // Іменем закону. – 2014. – № 12. – С. 12 – 13.
2. Краєвський Ф. Окремі питання здійснення оперативно-розшукової діяльності оперативними підрозділами правоохоронних органів // Вісник прокуратури. – 2013. – № 10. – С. 122 – 124.
3. Куценко О. Основні напрями посилення ефективності прокурорського нагляду за додержанням законів органами, які проводять оперативно-розшукову діяльність // Вісник прокуратури. – 2010. – № 4. – С. 49 – 57.
4. Матеріали з питань статистики [Електронний ресурс] : Генеральна прокуратура України. Офіційний інтернет-портал. – Режим доступу до :<http://www.gp.gov.ua/ua/statistics.html#>.
5. Мотринець Є. Проблемні питання застосування КПК України // Вісник прокуратури. – 2013. – № 3. – С. 67 – 74.
6. Осташевський А. Оперативно-розшукова діяльність: таємний бік медалі // Вісник прокуратури. – 2013. – № 1. – С. 31 – 36.
7. Про оперативно-розшукову діяльність: Закон України від 18.02.1992 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 22. – Ст. 303.

Т.С. Коваленко
Луганський університет
імені Тараса Шевченка,
м. Луганськ

ДЕЯКІ ДУМКИ З ПРИВОДУ РЕФОРМУВАННЯ ОРГАНІВ ПРАВОСУДДЯ

Ще давньогрецька думка звернула увагу, що поряд із законодавчою й урядовою функцією державна влада має третю велику функцію – судову. В новітні часи, зі з'ясуванням природи культурно-правової держави, самотійність судової функції стає одним із найважливіших надбань. Ця самотійність, розбіжність судової функції з урядовою походить із особливого характеру судової діяльності, з самотійності мети суду. Ця мета – охорона існуючого правопорядку та прав особи, що базуються на ньому. По суті, теорія розподілу функцій державної влади у чистому вигляді стосується тільки суду [1, с. 1733-1741.].

Так, суд має виступати медіумом, через посередництво якого сторони спілкуються одна з одною, і у зв'язку з цим процесуально-правові відносини є не двосторонніми, а тристоронніми [2, с. 30-31].

Як зазначав видатний радянський вчений В.О. Рязановський, завдання судух – встановити право, а за необхідності – захистити його та здійснити. Він

підкреслив і те, що суд повинен бути органом влади, що влада має належати суду незалежно від сторін у силу закону, однаково стосується кожного суду – цивільного, кримінального, адміністративного. А принцип єдності суду, об'єднання всього правосуддя в країні є загально правовим принципом [3, с. 33-34].

Ця думка знайшла своє відтворення в ідеї єдності судової влади та цілісності механізмів правосуддя та стала основоположною для Судових статутів 1864 року, де гармонійно було поєднано як питання організації процедур судочинства, так і статусу органів, які забезпечували судочинство.

У 1981 році Строговичем М.С. та іншими видатними правниками була опублікована колективна монографія про конституційні основи правосуддя в СРСР, де останнє розглядалося як цілісне явище, незалежно від відмінностей у предметі й методах правового регулювання [4].

У данній роботі наголошувалося, що судове право – це окрема спеціальна галузь юриспруденції, у рамках якої можна і потрібно вести порівняльне дослідження принципів, інститутів і окремих норм цивільного і кримінального судочинства, що сприятиме зближенню (а не злиттю!) цих двох гілок процесуального права, ліквідації невинуватених відмінностей між ними, зміцненню єдиних демократичних засад, що лежать у їх основі [5, с. 3-4].

Так, підґрунтям для наближення суду, адвокатури та прокуратури, як основних стовпів правосуддя стала, по-перше, теорія судової влади (судового права), яка зародилася у дореволюційній Росії завдяки науковим розробкам Й. В. Михайловського, М. М. Розіна, В. О. Рязановського, І. Я. Фойницького та інших видатних юристів [6, с. 6; 195, с. 7; 8, с. 31; 9, с. 25]. У 1927 р. її підтримав М.М. Полянський [10]. Згодом наукове обґрунтування концепції судового права продовжили й інші відомі радянські вчені-процесуалісти, такі як А. А. Мельников, М. С. Строгович, В. М. Савицький, М. Л. Шифман [11; 12, с. 22-26; 13]. Вони визначали судове право як сукупність правових норм, що встановлюють організацію та діяльність суду і пов'язаних з ним органів слідства, прокуратури та адвокатури.

Серед сучасних послідовників концепції судового права не можна не відзначити Е. М. Мурадьян, А. П. Гуськову, М. О. Колоколова, М. І. Клеандрова, Є. М. Кімінчижі, С. В. Прилуцького та інших російських та українських учених [14; 15; 16, с. 7-8; 17, с. 107; 18, с. 14-16; 19; 20, с. 10].

По-друге, прагнення до гармонізації суду, адвокатури та прокуратури обумовлено спільністю мети щодо забезпечення ними надійного захисту законних прав, свобод, інтересів держави, суспільства, юридичних та фізичних осіб. У процесі своєї професійної діяльності представники цих професій постійно вступають у певні взаємозв'язки один з одним. Більше того, нерідко

юристи з різних причин змінюють напрями своєї діяльності, перебуваючи спочатку на посаді прокурора, потім – судді, а закінчують свою трудову діяльність, працюючи адвокатом, чи навпаки. Це, безумовно, повинно наштовхнути законодавця на доцільність закріплення у відповідних законодавчих актах єдиних критеріїв щодо набуття професійного статусу адвоката, судді, прокурора та єдиних засад їхньої професійної поведінки [21, с. 110-112].

Підсумовуючи, можна зробити такі висновки. Становлення України як суверенної правової держави тісно пов'язане з проблемами організації та діяльності правосуддя. На початковому етапі її державотворення існуючі проблеми значною мірою були зумовлені тим, що вітчизняна правова наука не оперувала узгодженим теоретичним підходам щодо судової влади. Втім, на наш погляд, сьогодні теорія судової влади має виступати ідейною основою у становленні суду, адвокатури та прокуратури в Україні.

Література:

1. Михайловский И.В. Судебное право, как самостоятельная юридическая наука / И.В. Михайловский // Право. – 1908. - № 32. – С. 1733-1741.
2. Розин Н.Н. Процесс как юридическая наука (Из лекции по судебному праву) / И.Н. Розин // Журнал Министерства Юстиции. – 1910. - № 8. – С. 30-31.
3. Рязановский В.А. Единство процесса / В.А. Рязановский // М.: Городец, 2005. – С. 33-34.
4. Конституционные основы правосудия в СССР / Под ред. В.М. Савицкого. – М.: Наука, 1981. – 366 с.
5. Полянский Н.Н. Проблемы судебного права / Н.Н. Полянский., М.С. Строгович, В.М. Савицкий, А.А.Мельников // С. – 3-4.
6. Фойницкий И. Я. Курс уголовного судопроизводства / И. Я. Фойницкий. – СПб. : Альфа, 1996. – Т. 1. – 552 с.
7. Михайловский И. В. Судебное право как самостоятельная юридическая наука / И. В. Михайловский. – С.-Пб., 1908.
8. Рязановский В. А. Единство процесса / В. А. Рязановский. – М. : Городец, 2005. – 80 с.
9. Розин Н. Н. Процесс как юридическая наука / В. А. Розин // Журнал Министерства юстиции. – 1910. – С. 24-26;
10. Полянский Н. Н. Очерки общей теории уголовного процесса / Н.Н. Полянский. – М. : Право и Жизнь, 1927 – 125 с.
11. Проблемы судебного права / [Полянский Н.Н., Строгович М.С. и др]; под ред. В. М. Савицкого. – М. : Наука, 1983. – 224 с.

12. Строгович М. С. Уголовный процесс / М.С. Строгович. – М. : Юрид. изд. МЮ СССР, 1946. – 132 с.
13. Шифман П. Л. Прокурор в уголовном процессе (стадия судебного разбирательства) / П. Л. Шифман. – М.: Юрид. изд. МЮ СССР, 1948. – 247 с.
14. Мурадян Э. М. Судебное право / Э. М. Мурадян. – СПб. : Юридический центр Пресс, 2007. – 575 с.
15. Мурадян Э. М. Истина как проблема судебного права / Э. М. Мурадян. - М.: Былина, 2002. – 287 с.
16. Гуськова А. Н. Возрождение концепции судебного права в России / А. Н. Гуськова // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2005. - № 3. – С. 7-8.
17. Колоколов Н. А. Судебная власть: о сущем феномене в логосе / Н.А. Колоколов. О праве, суде и правосудии: Избранное. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 687 с.;
18. Клеандров М. И. О целесообразности кодификации законодательства о судах и судьях / М. И. Клеандров // Российская юстиция, 2006. - № 1. – С. 14-16.
19. Киминжичи Е. Н. К вопросу о самостоятельности судебного права как науки и отрасли законодательства / Е. Н. Киминжичи. – Белгород : Константа, 2006. - 46 с.
20. Прилуцкий С. В. Судове право як фундаментальна теоретична основа для судової влади / С. В. Прилуцкий // Судоустрій України. – К. : Українська конференція журналістів, 2009. – С. 7-10.
21. Коваленко Т.С. Дисциплінарна відповідальність адвокатів: дис...канд...юрид. наук / Тетяна Сергіївна Коваленко. – К., 2010. – 244 с.

Я.С. Ленюк
*Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск*

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНОЙ И СУДЕБНОЙ СИСТЕМЫ ЛНР

Проведение реформ в любом государстве всегда связано с поиском причин неудовлетворительного состояния реформируемого элемента, системы и путей реформирования его функционирования, улучшения его качественного состояния. Деятельность правоохранительных и судебных органов нуждается в постоянном усовершенствовании, так как эти институты являются одними из основополагающих, без которых невозможно становление независимого, демократического, правового государства.

Реформирование системы судебных и правоохранительных органов ЛНР является закономерным процессом. В молодом государстве деятельность

судебных и правоохранительных органов находится в состоянии зарождения. И особенностью этого процесса является тот факт, что становление данных институтов в республике происходит на обломках недействующей, малоэффективной, коррумпированной системы, доставшейся нам от Украины. А потому, наряду с созданием системы правоохранительных и судебных органов ЛНР необходимо формировать эффективные механизмы обеспечения внутренней дисциплины, внутреннего взаимоконтроля, а также внешнего контроля за деятельностью соответствующих органов в порядке и способами, предусмотренными законодательством ЛНР с учетом особого статуса должностных лиц этих органов, а также основополагающих принципов независимости и неприкосновенности.

Рассматривая проблемы и перспективы становления органов охраны общественного порядка в ЛНР, необходимо не забывать о том, что каждый из них должен представлять общественность в целом, нести перед ней ответственность и быть ей подотчетным, ибо социальный заказ общества для полиции преимущественно состоит в уменьшении вероятности совершения преступлений и правонарушений. В свою очередь социум должен всячески содействовать увеличению функционального потенциала полиции с помощью институтов гражданского общества [1].

Так настоящее время в России наиболее отчетливо проявилась и получила тенденцию к росту готовности полиции и общественных объединений взаимодействовать друг с другом в сфере борьбы с преступностью, охраны общественного порядка и обеспечения общественной безопасности. Существуют различные формы совместной деятельности полиции и общественности по охране правопорядка: добровольные народные и казачьи дружины, оперативные отряды и отряды содействия полиции, в т.ч. молодежные, внештатные подразделения дорожно-патрульной службы и т.д. Именно с их помощью ежегодно раскрываются десятки тысяч преступлений, выявляются сотни тысяч административных правонарушений.

Так, для эффективного привлечения общественности к решению правоохранительных задач, российский ученый Киричек Е.В. считает целесообразным:

- принять ряд законов и подзаконных актов, направленных на регулирование взаимодействия полиции с общественными объединениями и иными институтами гражданского общества;
- определить направления, разработать программы участия общественных объединений и иных институтов гражданского общества в федеральных, региональных, местных и иных программах укрепления правопорядка;
- определить критерии и порядок предоставления льгот, финансовой поддержки общественным объединениям и иным институтам гражданского общества на период участия в реализации такого рода программ;
- постоянно внедрять и совершенствовать различные формы и методы взаимодействия с общественными объединениями и иными институтами гражданского общества;

- разработать критерии эффективности взаимодействия полиции с общественными объединениями и иными институтами гражданского общества [2, с. 60-63].

На наш взгляд, эти предложения необходимо принять ко вниманию при реформировании полиции ЛНР.

Что же касается нынешнего положения МВД ЛНР, среди положительных моментов необходимо отметить принятие 10 ноября 2014 года Закона ЛНР «О полиции», который, вобрав в себя лучшие традиции функционирования милиции (полиции) Украины, России, Белоруссии, Казахстана, ряда других государств постсоветского пространства, а также дальнего зарубежья, наполнен также некоторыми положениями, отражающими современные реалии милитаризованного государства, которым, к сожалению, в настоящее время является Луганская Народная Республика. Данные положения предусмотрены в главе 3 и главе 4 Закона ЛНР «О полиции» и касаются отдельных полномочий сотрудников полиции при задержании, вхождении (проникновении) в жилые помещения, при проведении оцепления (блокирования) участков местности, жилых помещений, строений и других объектов, Порядок применения мер физического воздействия, специальных средств и огнестрельного оружия сотрудником полиции [3].

Что касается судебной системы нашего молодого государства, о ее проблемах и перспективах можно говорить бесконечно много, однако в рамках данного конкретного доклада, необходимо отметить следующее. Именно судья является но не только лицом, наделенным полномочиями осуществлять правосудие, но и носителем судебной власти. «Все носители судебной власти призываются действовать в относящемся к их юрисдикции правовом пространстве в качестве потенциальных защитников Конституции, хранителей законности и гражданского мира» [4].

Все основные компоненты судебной системы нуждаются в интеграции, которая осуществляется с помощью государственно-властных полномочий, содержание которых является достаточно сложным, поскольку включает стороны, составляющие различные средства осуществления деятельности государственных органов. И здесь необходимо подчеркнуть, что самого властного полномочия не может быть без закрепления в законе компетенции соответствующих органов. А содержание и объем компетенции зависят от целого ряда факторов и, прежде всего, от той сферы общественной жизни, с которой связано само существование государственного органа.

Применительно к органам судебной власти – судам – такой сферой является область правозащитной деятельности по реализации общечеловеческих ценностей – защите жизни, здоровья, чести и достоинства личности, обеспечению гражданских, политических и иных прав человека, воплощению в жизнь принципов законности, правопорядка, справедливости и т.д.

Сегодня, когда судебная система ЛНР строится на руинах судебной системы Украины, а авторитет судей и доверие граждан к данному институту сведены к нулю, приходится констатировать, что правовая и социальная роль судов заметно и необоснованно снижена. Некоторые авторы считают что проблема становления судебной системы состоит прежде всего в том, что судья отвечает не только за свои правосудные решения, но и одновременно организует и обеспечивает судебный процесс, несет определенную тяжесть ответственности за осуществление работы суда в целом. Это привело к размыванию судебных и исполнительских функций, нарушению принципа независимости судей [5, с. 11].

Говоря о современном развитии судебной власти, нельзя не упомянуть о воздействии глобализационных процессов на судебную практику, которое происходит следующими путями:

1) путем приведения в соответствие с международным правом правовых норм, регламентирующих правоприменительную деятельность. Речь идет об инкорпорации международно-правовых норм во внутрисударственное право и, соответственно, о значительном обновлении законодательной базы в сфере процессуального регулирования, однако только в той мере, какая допустима с точки зрения сохранения и повышения уровня легитимности правосудия, доверия к институтам российской судебной власти.

2) применение норм, принципов и прецедентов международного права в национальной правовой системе. Данный процесс осуществляется в трех вариантах: применение норм международного права как норм прямого действия; совместное применение норм международного права и «родственных» норм национального законодательства.

3) влияние глобализационных процессов на правоприменительную деятельность проявляется в трансформации организационного уровня правоприменения, в совершенствовании организации и деятельности правоприменительных институтов судебной системы при обеспечении их соответствия международным стандартам [4].

Сегодня Народный Совет ЛНР уже заложил фундамент судебной системы молодой республики. На рассмотрении соответствующих органов находятся основополагающие законопроекты в сфере судебной системе. Ознакомившись с их положениями, можно с уверенностью сказать, что судебная система Луганской Народной Республики не будет являться копией ни Украинской, ни Российской судебных систем. Она будет уникальной. И именно сегодня у нас есть возможность при построении судебной системы ЛНР учесть как недостатки, так и достоинства организации и функционирования данного института как в странах ближнего, так и дальнего зарубежья, основные положения международного законодательства, регулирующего соответствующие вопросы.

Таким образом, перед молодой республикой стоит огромное количество проблем, связанных с необходимостью повышения роли судебных и правоохранительных органов, их реформирования применительно к современным реалиям, таким образом, чтобы максимально эффективно выполнять задачи, возложенные на них правительством и обществом.

Литература:

1. Герасименко А.Н. Информационное обеспечение взаимодействия органов внутренних дел с общественными объединениями по охране правопорядка (организационные и правовые вопросы): автореферат дис... канд.. юрид. Наук / А. Н. Герасименко. - М., 2008. - 236 с.
2. Киричек Е.В. Реформа полиции в России: проблемы и перспективы / Е.В. Киричек // Государство и право. Юридические науки. - №7. – 2014. – С. 60-63.
3. О полиции: Закон ЛНР от 10 ноября 2014 года № 38-1// [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://mvdlnr.ru/pages/43-zakon-lnr-o-policii.html>
4. Изварина А.Ф. Судебная власть в Российской Федерации: правовые проблемы организации и развития / А.Ф. Изварина // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. - Ростов н/Д, 2007 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.journal-nio.com/index.php?id=1202&Itemid=105&option=com_content&view=article
5. Топильская Л. Как нам обустроить судебную власть / Л. Топильская // Российская юстиция. – 2000. -№ 11. – С. 11.

*Л. С. Андрейченко
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск*

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОКУРОРСКОГО НАДЗОРА В МИНИСТРАТИВНОМ СУДОПРОИЗВОДСТВЕ КАК ГАРАНТИЯ СОБЛЮДЕНИЯ ЗАКОННЫХ ПРАВ И СВОБОД ГРАЖДАН

С приобретением независимости в Украине происходят демократические преобразования, направленные на формирование гражданского общества, развитие правового государства, в котором, согласно Конституции, человек, его жизнь и здоровье, честь, достоинство, неприкосновенность и другие права и свободы признаются высшей социальной ценностью. Это, в свою очередь, определяет содержание и направленность деятельности государства и всех его органов по обеспечению этих завоеваний мировой цивилизации.

Знаковым событием в процессе реформирования административно-процессуального законодательства и обеспечения надлежащей судебной защите прав человека от нарушений со стороны власти следует признать разработку и принятие 17 марта 2005 Кодекса административного судопроизводства Украины. В то же время приведения в соответствие с международными стандартами отечественного административного судопроизводства, требует дальнейшего реформирования системы административной юстиции, кардинального пересмотра многих институтов административно-процессуального права, разработки качественно новых нормативных основ рассмотрения административных дел.

Стоит указать, что необходимость существенного обновления административно-процессуального законодательства в соответствии с международными принципами обусловлена не только устарелостью административно-процессуального закона, но и четким выполнением нашим государством взятых на себя обязательств перед международным сообществом. Так, стоит прислушаться к Решению Парламента Ассамблеи Совета Европы от 09.09.2003 года № 16 «О выполнении административных решений и судебных решений в области административного права» относительно возможности обращения лица в административный суд в случае, когда представление апелляции по делу не приостанавливает исполнения решение для защиты своих прав [4] и многих других рекомендациях и резолюциях этой европейской институции акцентировано внимание на необходимости внесения изменений в действующем законодательстве.

Те или иные аспекты административно-правового статуса гражданина исследовались как в работах по общему правовому статусу лица, в частности Б. Лазарева, В.А. Патюлина, А.Ф. Скакун, М.С. Строговича, так и в определенной степени в трудах исследователей административистов, в том числе Е.В. Додина, Л.В. Ковалюк, В.М. Манохина, И.М. Пахомова, И. Петрова, Ю.А. Тихомирова, В.В. Цветкова, Ю.С. Шемшученко и других ученых. В то же время, учитывая новации КАСУ, эти вопросы и в дальнейшем требуют новых научных разработок.

Безусловно, что ведущее место в системе защиты прав и свобод человека и гражданина занимает судебная защита, однако государственная защита прав граждан включает в себя функционирование и внесудебного правозащитного механизма. И существенную роль в последнем играет прокуратура Украины, деятельности которой на современном этапе все более присущей становится правозащитная направленность. Впрочем, правовой статус прокурора при осуществлении им своих функций по защите прав и свобод граждан в порядке именно административного судопроизводства, на наш взгляд, остается недостаточно определенным.

Прежде всего, к просчетам действующего административного законодательства следует отнести некоторые нормативные предписания, которые являются малоприспособленными ими для применения. Например, среди таких можно указать на неопределенность по Закону Украины «О прокуратуре» функций, которые прокурор осуществляет в процессе административного судопроизводства.

Отдельные предложения ученых по совершенствованию правовых мер надзорной деятельности прокуратуры являются дискуссионными. Например, высказывание о том, что положения о приоритетности защиты прокуратурой прав человека целесообразно было бы закрепить и детализировать в отдельном разделе нового Закона Украины «О прокуратуре» под названием «Надзор за соблюдением прав и свобод человека и гражданина», в котором должны быть четко определены задачи, предмет надзора, полномочия органов прокуратуры при его осуществлении, а также перечень средств, которые вправе применять прокурор в целях защиты прав человека и его законных интересов [3]. Считаем, что в этом случае теряется момент четкого определения порядка осуществления надзора именно в административном судопроизводстве. Отсюда актуальным является определение правового статуса прокурора в административном судопроизводстве как предусмотренную нормативно-правовыми актами и другими формами права, гарантированную государством систему прав, обязанностей и юридических гарантий прокурора при осуществлении им надзорной и представительской функции в связи с участием в административном судопроизводстве с целью защиты лиц от нарушений со стороны органов публичной власти и восстановления нарушенных прав.

В практике работы органов прокуратуры всегда была актуальной проблема соотношения задекларированных в законодательстве функций и реальных возможностей влияния на решения тех или иных вопросов в сфере защиты прав. Как справедливо отмечают исследователи ... в результате причастности прокурора к какому - либо делу неизбежно встает вопрос о его ответственности за результаты, а в конце - концов - не только за качество надзора, но и за состояние законности. В этом смысле прокуратура нередко выглядит «Единственным крайним», ответственным за беды и недостатки нынешней законности [8, с.33].

Считаем, что вышеприведенное свидетельствует о наличии достаточных оснований для соответствующей корректировки административно-процессуального закона, результатом которого должно стать закрепление в КАСУ раздела, который бы имел соответствующее название. Следовательно, очень важно найти ту «нишу», в рамках которой прокуратура могла бы успешно осуществляла правозащитную деятельность. В общем конкретизация законодательства по прокурорскому надзору за соблюдением законов о правах и свободах человека и гражданина способствовать повышению уровня его эффективности, и остается одним из важнейших инструментов реализации современной государственной политики. Реформирование прокуратуры Украины, оптимальной модели прокурорской системы, который на сегодня считается необходимым, всегда было достаточно сложным, как и другие процессы, происходящие в обществе в условиях переходного периода. Особенно ситуация осложнилась в последние годы из-категорические требования структур Совета Европы, прежде всего Венецианской комиссии, о лишении прокуратуры функции надзора за соблюдением и применением законов.

Общность задач прокурорской системы и системы административных судов в вопросах соблюдения законности, защиты прав человека и гражданина и государственных интересов позволяет утверждать, что каждая из этих систем делает свой вклад в реализацию государственной политики по борьбе с нарушениями прав и свобод граждан при осуществлении административного судопроизводства.

Считаем также, что современная украинская юридическая наука пока не обеспечила комплексного обоснования места прокурора в системе субъектов защиты прав и свобод гражданина в административном судопроизводстве. Таким образом, важной является потребность в открытой дискуссии, поскольку только она способна выработать эффективные научные решения. Ведь каждая из функций прокуратуры прямо или косвенно связана с обеспечения м прав и свобод человека в системе исполнительной власти и особенно в административно-политической сфере. А прокурор относится к группе лиц, которые могут участвовать в рассмотрении административного дела.

Считаем, что для реализации конституционно закрепленных прав и свобод человека в Украине необходимо иметь отлаженный социально-правовой механизм их обеспечения - систему средств и факторов, обеспечивающих необходимые условия уважения всех основных прав и свобод человека. При этом законность и дисциплина являются необходимыми условиями утверждения демократического, правового государства, поскольку направлены на обеспечение функционирования гражданского общества, активной роли личности во всех сферах общественной жизни.

Литература:

1. Решение парламентских Ассамблеи Совета Европы от 09.09.2003 года № 16 «О выполнении административных решений и судебных решений в области административного права» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/994_692.

2. Проект Закона Украины «О прокуратуре» №2491 от 19.09.2008 представлен В.Д. Швецом, Ю.В. Прокопчуком, В.Л. Сивковичем, В.А. Бевзом, С.М.Пискуном, Д.А. Шенцевым, В.В. Шемчуком, В.С. Малышевым, В.М. Грицаком и В.М. Харлима [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JF1X700I.html.

3. Косюта М. Правозащитная функция прокуратуры и ее закрепление в будущем Законе Украины «О прокуратуре» // Вестник Национальной академии прокуратуры Украины. - 2011. - №2. - С. 29-33.

VIII. АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Капустин Д.А., Кущенко А.В., Корон Г.В., Швыров В.В.

*Луганский университет
имени Тараса Шевченко, г. Луганск
Луганский университет
имени В. Даля, г. Луганск*

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗРАБОТКИ МНОГОТОПЛИВНЫХ КОТЕЛЬНЫХ УСТАНОВОК

Введение. Для обеспечения энергонезависимости ЛНР наиболее перспективным представляется масштабное освоение отечественных органических топлив, модифицированных для обеспечения высоких экологических показателей, в связи с чем сырьевой базой следует считать районированные здесь низкосортные угли.

Способы сжигания угля в топках котлов различны и связаны в первую очередь с фракционным составом и качеством топлива. Среди них можно выделить следующие [2, 4]:

- слоевое сжигание (кусовой уголь);
- сжигание в кипящем слое (мелкодисперсный уголь);
- факельное сжигание (тонкодисперсный уголь);
- сжигание в виде водоугольного топлива (водоугольной суспензии);
- комбинированное сжигание с другими видами топлива: газом, мазутом.

На основании вышеперечисленных способов сжигания угольного топлива актуальной задачей является обеспечения работы котельного агрегата в различных режимах и его снабжение устройствами подачи каждого класса угля.

Основные положения. Перспективной представляется возможность совместного сжигания в кипящем слое ВУТ и мелкодисперсного каменного угля, который выполняет функцию инертного материала и одновременно надежно "подсвечивает" водоугольное топливо. Кроме того, возможна работа такого котла в слоевом режиме при снижении количества подаваемого в топку воздуха .

Данный способ сжигания при его освоении и отработке на наш взгляд открывает перспективу использования в качестве третьего топлива обводненных шламов, которые в настоящее время занимают огромные площади и наносят большой ущерб экологии прилегающих территорий. При этом обводненные шламы должны подаваться в топку на режимах работы, близких к максимальной теплоотдаче при максимальной теплонапряженности кипящего слоя [3, 5].

Все еще существует ряд нерешенных в настоящее время вопросов, связанных с определением оптимальных режимов горения в части соотношения размеров

конструкции колпачковой решетки топки, коэффициента избытка воздуха, способов подавления золовыбросов и золоудаления и т.д.

Организацию работе котельной установки в различных режимах предлагается осуществить путем установки соответствующей контрольно-измерительной аппаратуры и программного обеспечения, которое направлено на оптимизацию основных параметров тепловой машины (количество подаваемого воздуха, тепловая мощность, величина уноса и т.д. [1, 3, 5])

Выводы. Создание современной многотопливной котельной установки не возможно без использования современных методов автоматизации и программного обеспечения, которое могло бы организовывать ее работу в различных режимах с максимально возможным значением КПД.

Литература:

1. Алешечкин А.Н. Математическое моделирование выгорания твердого топлива в топочной камере котла с циркулирующим кипящим слоем: автореф. дис. ... канд. техн. наук / МЭИ. - М., 1990. - 18 с.

2. Бочаров А.А., Вискин Ж.В. Опыт реконструкции слоевых топочных устройств и перевод их на сжигание в кипящем слое высокозольных топлив и отходов углеобогащения // Проблемы тепло- и массообмена в соврем. технологии сжигания и газификации твердого топлива: материалы междунар. шк.-семинара, Минск, 27 мая-3 июня 1988. Ч.2. - Минск, 1988. - С.68-78.

3. Вихрев Ю.В., Рябов Г.А. Перспективы развития технологии сжигания твердого топлива в циркулирующем кипящем слое // Энергетик. - 2007. - N 7. - С.33-34.

4. Двойнишников В. А. и др. Конструкция и расчёт котлов и котельных установок: Учебник для техникумов по специальности "Котлостроение" / В. А. Двойнишников, Л. В. Деев, М. А. Изюмов. — М.: Машиностроение, 1988. — 264 с. — ISBN 5-217-00078-3.

5. Кисляк С.М. Выбор условий экспериментального моделирования аэродинамики топок с кипящим слоем // Ползуновский альманах. - 2001. - N 3. - С.248-250. - Библиогр.: 6 назв.

Капустин Д.А., Корон Г.В., Швыров В.В., Шкандыбин Ю.А.

*Луганский университет
имени Т.Г. Шевченко, г. Луганск*

*Луганский университет
имени В. Даля, г. Луганск*

МЕТОДЫ АВТОМАТИЗАЦИИ ПРОЦЕССОВ ДОКУМЕНТООБОРОТА В УНИВЕРСИТЕТЕ С ПРИМЕНЕНИЕМ ПЕРСПЕКТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Главной тенденцией информатизации и электронного документооборота в сфере образования за последние годы остается введение электронных форм представления для различных видов документов. Для ряда официально деловых документов этот процесс, достигнув определенной завершённой формы - останавливается, определением утверждённой формы документа.

Основной проблемой является то, что утвержденная форма не всегда реализует возможности и преимущества электронного документооборота. Идея упрощения работы с помощью новых технологий превращается в манипуляции с документами и большими затратами времени.

Примером такого проблемного процесса, и, соответственно, документа содержащего результаты данного процесса, в документообороте кафедры университета является процесс распределения учебной нагрузки между преподавателями кафедры.

В процессе распределения нагрузки результирующими документами являются карточки преподавателей с учебной нагрузкой, данные о распределении часов, о нераспределенной нагрузке и т.п. В случаях, когда количество дисциплин, которые читаются на кафедре, достигает 800-1200, построение данного распределения, с учетом множества факторов и предпочтений, занимает довольно длительное время. Причем, электронная форма, с которой производится работа, ограничивается использованием табличных процессов типа Excel.

Целью исследований является изучение возможных форм представления учебной нагрузки с применением новых информационных технологий, объектно-ориентированного подхода и методов математического моделирования.

Рассмотрим некоторые подходы к решению задачи.

Объектно-параметрический подход

Каждый из видов ученой нагрузки определяет объект. В зависимости от типа объекта, определяются поля или свойства объекта. Например, вводится следующая иерархическая структура объектов

Аудиторные, неаудиторные

К аудиторным относятся - лекции, практические занятия, лабораторные работы и т.п.

К неаудиторным - курсовые, дипломные, самостоятельная работа и т.п.

Строгая иерархическая структура объектов и классов позволяет реализовать операции группировки объектов по типу, по значению полей, по имени и т.п. применяя все преимущества объектно-ориентированного программирования. Полиморфизм, наследование, инкапсуляцию.

Векторный подход

В случае такого подхода, каждая строка учебной нагрузки представляется вектором, который содержит всю информацию о данной дисциплине - количество часов, модулей, вид учебной нагрузки и т.п.

Задав конкретные параметры (количество часов лекций, лабораторных и т.п.) для каждого преподавателя и определив ограничение в количестве дисциплин задача распределения учебной нагрузки сводится к задаче линейной

оптимизации и может быть решена с использованием симплекс метода или других математических методов решения задач оптимизации.

Литература:

1. Биков В. Ю. Моделі організаційних систем відкритої освіти : монографія / В. Ю. Биков. – К. : Атіка, 2009.– 684 с. : іл.
2. Калініна Л. М. Система інформаційного забезпечення управління загальноосвітнім навчальним закладом : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.06 / Калініна Людмила Миколаївна ; Держ. вищий навч. закл. „Ун-т менеджменту освіти”. – К., 2009. – 471 с.
3. Козлакова Г. О. Інформаційно-програмне забезпечення дистанційної освіти: зарубіжний і вітчизняний досвід: Монографія. — К. : ВЦ «Просвіта», 2002. — 230 с.
4. Основи інформаційних систем: Навч. Посібник. – Вид. 2-ге, перероб. і доп. / В. Ф. Ситник, Т. А. Писаревська, Н. В. Єршоміна, О. С. Краєва; За ред. В. Ф. Ситника. – К.: КНЕУ, 2001. – 420 с.
5. Хриков Є. М. Управління навчальним закладом : навч. посіб. / Є. М. Хриков. – К. : Знання, 2006. – 365 с.

А.Н. Караванский
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

МЕТОД ЛОКАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОТ НЕСАНКЦИОНИРОВАННОГО ПРИОБРЕТЕНИЯ

Борьба с методами несанкционированного приобретения, использования, распространения, модифицирования – является одной из наиболее актуальных тем информатики.

Ежедневно современные методы защиты подвергаются взломам, альтернативным методам обхода защиты и прочим атакам, что обуславливает актуальность темы и необходимость разработки метода защиты, с использованием файла ресурсов защищаемого программного обеспечения.

Целью работы – описать метод защиты от несанкционированного использования программного обеспечения с использованием ресурсов приложения.

При работе с платными программными продуктами, которые распространяются на временной основе или с ограниченным программным функционалом, чаще всего можно встретить защиту на основе серийного номера, после ввода которого, ограничения с ПО снимаются.

Большинство существующих приложений данного типа используют реестр в качестве места хранения параметров и серийного номера, доступ к которым можно получить, используя стандартную утилиту regedit.exe.

Улучшить степень защиты программного обеспечения, где есть необходимость предоставлять доступ ко всем функциям приложения, только после его покупки, возможно с использованием ресурсов исполняемого файла программы.

Файлы ресурсов — это элементы интерфейса, предоставляющие информацию пользователю. Ресурсами являются точечные рисунки, значки, панели инструментов и курсоры, таблица строк. Некоторыми ресурсами можно управлять, выбирая их из меню или вводя данные в диалоговое окно[1].

Идея метода защиты ПО состоит в использовании файла ресурсов, в котором установлены зашифрованные серийные номера. При попытке активации происходит запрос серийного номера, где вводимые символы проходят шифрование, после осуществляется сравнение предполагаемого номера с номерами в таблице ресурсов.

Если номера совпадают, то данный серийный номер записывается в первую строку таблицы.

В процессе анализа данного метода защиты, было разработано программное обеспечение, которое состояло из двух файлов: исполняемый файл и динамическая библиотека с функциями, которые доступны после ввода серийного номера.

Библиотека была внедрена в файл ресурсов программы и извлекается, только при вводе корректного серийного номера, после чего происходит изменение имени файла динамической библиотеки и программа расширяет количество доступных функций.

Варианты серийных номеров (в зашифрованном виде), с которыми будет происходить сравнение, можно представить в таблице строк, файла ресурсов программы.

Используя функции данных программ, файл ресурсов или часть его содержимого можно удалить. Поэтому при загрузке созданной исполняемой программы, необходимо осуществлять проверку на наличие интересующих ресурсов, а именно динамической библиотеки и таблицы строк, в случае отсутствия таковых, программа выдает ошибку.

Алгоритм данного метода защиты функций программного обеспечения от несанкционированного доступа, можно представить в виде схемы (рис. 1).

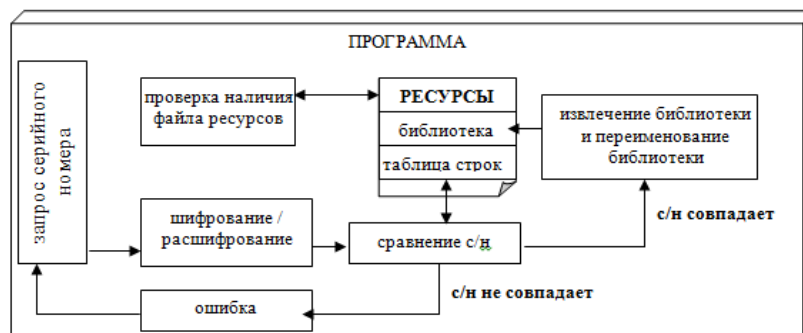


Рис. 1 Схема алгоритма метода

Еще одним из вариантов защиты программы от несанкционированного доступа, является организация способа хранения зашифрованного серийного номера в ресурсах программы, что позволит отказаться от использования реестра, но тем самым есть вероятность, что копия данного приложения будет функционировать на других машинах.

Для решения данной проблемы следует осуществлять привязку программы к железу компьютера, а именно, использовать серийный номер устройства.

При запуске программного обеспечения следует считывать серийный номер оборудования, шифровать – результат сравнить с серийным номером, который внедрен, если номера не совпадают, программа выдает ошибку.

Стоит отметить, что доступ к ресурсам программы можно получить с помощью программ: Restorator, eXeScope, ResHacker, Resource Tuner, PE Explorer и др.[2] Исходя из этого, данные в файле ресурсов программы должны быть представлены в зашифрованном виде.

Выводы: локальная программная защита является тривиальным методом, исходя из способа хранения серийного и активационного номера программы.

Использование файлов ресурсов так же является локальным методом защиты программного обеспечения, позволяет сохранять необходимые данные в файле ресурсов программного обеспечения.

В перспективе планируется разработать алгоритм защиты файла ресурсов от внешнего воздействия приложений ориентированных на работу с ресурсами программного обеспечения.

Литература:

1. Файлы ресурсов (C++) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://msdn.microsoft.com/ru-ru/library/y3sk7e6b.aspx>.

2. Программы для редактирования ресурсов PE-файлов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.manhunter.ru/underground/511_programmi_dlya_redaktirovaniya_resurs_ov_pe_faylov.html.

А.И. Долгий, К.Б. Соловьёва
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИРТУАЛЬНЫХ КЛАССОВ В ОБУЧЕНИИ

Сегодня многие учебные заведения по всему миру используют инновационные технологии в образовательной среде, в том числе виртуальные классы, так как дистанционное обучение приобретает всё большую популярность в силу таких особенностей, как гибкость графика обучения и простота доступа к учебным материалам.

Виртуальный класс – это среда, где формируется живой образовательный процесс, использующий Интернет в качестве информационного канала [1]. Она позволяет общаться с преподавателем, участвовать в обсуждениях с сокурсниками и выполнять задания на закрепление пройденного материала.

В минимальном варианте виртуальный класс представляет собой web-ресурс, состоящий из таких компонентов:

- личный кабинет студента;
- электронные лекционные материалы;
- задания для лабораторных работ, которые можно выполнить в домашних условиях без приобретения дополнительного оборудования;
- формы для проверки знаний, такие как тесты, развернутые ответы на поставленный вопрос, формы для отправки электронных результатов выполнения лабораторных работ;
- журнал успеваемости.

В зависимости от потребностей преподавателей и студентов, функциональность виртуальных учебных классов может быть существенно расширена, например, могут быть размещены блоки текстового (чат) или голосового (аудио/видео) общения.

Для размещения виртуального класса в сети Internet необходим выделенный компьютер, имеющий выход в глобальную сеть. На нём должны быть установлены и настроены операционная система и web-сервер.

Web-сайт обязан предоставлять студенту возможность использовать личный виртуальный кабинет, зарегистрироваться на необходимые курсы, на страницах которых размещены необходимые учебные материалы. Помимо этого, ресурс должен иметь формы, через которые студент смог бы отправлять различные файлы, такие как отчёты о выполненных самостоятельных и лабораторных работах или являющиеся их наглядным результатом, на сервер, чтобы преподаватель мог их просмотреть и оценить, а оценку внести в таблицу успеваемости.

Персональный компьютер каждого из студентов выступает в роли клиента. С помощью web-браузера учащийся имеет доступ к виртуальному классу, располагающемуся на сервере.

Но если необходима установка дополнительного программного обеспечения на клиентский компьютер, могут возникнуть следующие проблемы:

- несовместимость программного продукта с аппаратным или программным обеспечением клиента;
- недостаточная производительность клиентского устройства (особенно актуально для носимых устройств, например, планшетов начального уровня);
- возможность заражения вредоносным ПО.

В таких случаях необходимо провести унификацию программного обеспечения, то есть подобрать и настроить его таким образом, чтобы оно могло запускаться на максимально возможном количестве устройств.

Одним из способов унификации является использование виртуальных машин.

Виртуальная машина [2] – программная и/или аппаратная система, эмулирующая аппаратное обеспечение некоторой платформы (target – целевая, или гостевая платформа) и исполняющая программы для target-платформы на host-платформе (host – хост-платформа, платформа-хозяин).

Процесс унификации заключается в установке на виртуальный жесткий диск только тех операционной системы и программного обеспечения необходимых версий, которые непосредственно используются в учебном процессе.

Для использования созданной и настроенной виртуальной машины на клиентском компьютере достаточно установить программное обеспечение для работы с ней. Рекомендуется использовать программу VirtualBox, так как она может быть установлена на наибольшее количество операционных систем, поддерживает драйвера гостевой ОС и обладает высокой скоростью работы.

В том случае, если в виртуальном классе отсутствует блок текстового или голосового общения, в учебном процессе может применяться программа Skype. Она позволяет общаться один на один или же образовываться конференцию с помощью добавления участников к существующему чату. Одной из ключевых функций Skype в образовательном процессе является демонстрация экрана, позволяющая в режиме потокового видео показывать то, что происходит на экране, другим пользователям.

В качестве интерактивной альтернативы демонстрации экрана может быть использовано программное обеспечение для удалённого управления компьютером, например, RAdmin [3], благодаря которому преподаватель получает возможность видеть экран удалённого компьютера.

Таким образом, для создания функционирующей информационной системы необходим компьютер-сервер с размещенным на нем виртуальным классом, компьютер-клиент с установленным программным обеспечением, управляющим виртуальными машинами и настроенная виртуальная машина с набором необходимых программ. Помимо этого, может быть использовано стороннее программное обеспечение, повышающее уровень взаимодействия преподавателя и студенческого коллектива.

Литература

1. Виртуальный класс | Виртуальная школа Profile [Электронный ресурс] // Режим доступа:

http://www.profileschool.ru/about/virtual_classroom.

2. Виртуальная машина — Википедия [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Виртуальная_машина

3. RAdmin — Википедия [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/RAdmin>

А. А. Овчаренко
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

РАЗРАБОТКА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЭЛЕМЕНТОВ ТРЕХМЕРНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

В последнее время продажа товаров стремительно идет на интернет-площадки. Экономическая основа электронного бизнеса заключается в радикальном расширении аудитории, повышении эффективности маркетинга, ускорении процессов покупок и продаж товаров и услуг всех видов.

Успех интернет-магазина, как правило, зависит от нескольких факторов, таких как - ценовая политика, ассортимент, качество информации, визуальная подача и рекламная стратегия. Обеспечить не только окупаемость, но и доходность интернет-магазина, можно тогда, когда все эти факторы работают вместе. Каталог товаров 3D успешно работает для реализации какой-либо продукции.

3D каталог товаров - инструмент, который способен заполнить все функции виртуального магазина. Использование элементов трехмерного моделирования - отличное решение для профессиональных выставок, презентаций и отдаленных продаж. 3D товары в интернет-магазине становятся объективным требованием времени.

Литература

1. Вирин Ф. Ю. Интернет-маркетинг. Полное практическое руководство / Москва: Эксмо, 2012.
2. Билл Флеминг Фотореализм, профессиональные приемы работы / Москва: ДМК, 2000.
3. <http://3dstudio.in.ua/information/stati-o-3d-fotografii/3d-fotografii-dlya-internet-magazinov>.

Я. Р. Чигрин
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г.Луганск

ПРОГРАММЫ УДАЛЕННОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

На сегодняшний день программы удаленного администрирования стали очень популярными. Используя централизованные инструменты, администратор сети на прямую может решать проблемы, которые возникают на

удаленном компьютере. Это улучшает поддержку пользователей и ускоряет работу администратора. Также, администратор сети может собирать информацию из большого количества компьютеров, вести записи о конфигурации и установленном программном обеспечении.

Программы удаленного администрирования - программы или функции операционных систем, позволяющих получить удаленный доступ к компьютеру через Интернет или локальную сеть и осуществлять управление и администрирование удаленного компьютера в реальном времени. Программы удаленного администрирования предоставляют почти полный контроль над удаленным компьютером: они дают возможность дистанционно управлять рабочим столом компьютера, возможность копирования или удаления файлов, запуска приложений и т. д.

Существует множество реализаций программ удаленного администрирования. Все реализации отличаются интерфейсами и используемыми протоколами. Интерфейс может быть визуальный или консольный. Одними из самых популярных и распространенных программ является, например, компонент Windows Remote Desktop Services с клиентом Remote Desktop Connection, Radmin, DameWare, PuTTY, VNC, UltraVNC, Apple Remote Desktop, Hamachi, TeamViewer, Remote Office Manager, Ammyy Admin и др.

Для передачи команд администрирования и вывода экрана используются протоколы удаленного администрирования: RDP, VNC, X11, Telnet, Rlogin, RFB, ARD, ICA ALP и собственные. Для шифрования трафика в программах удаленного администрирования используются протоколы SSH, SSL, TLS и другие.

Разработка и использование программ удаленного доступа в условиях современной компьютеризации позволяет облегчить работу и ускорить процесс технического обслуживания.

*Н. С. Грищенко, И. А. Деменков
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск*

ВЫБОР ЯЗЫКА WEB-ПРОГРАММИРОВАНИЯ ДЛЯ СОЗДАНИЯ САЙТА

Актуальность исследования обусловлена тем, что сегодня с невероятной скоростью растет количество новых сайтов. В связи с этим, главной задачей, которая ставится при разработке сайта – придать ему индивидуальность и сделать привлекательным для потенциальных пользователей. Для создания более интерактивного сайта применяются языки Web-программирования, так как они ориентированы на разработку Web-приложений.

Языки Web-программирования – это языки, которые в основном предназначены для работы с Web-технологиями. Язык Web-программирования представляет собой совокупность операторов, с помощью которых создаются коды Web-программ, или их еще называют скриптами, сценариями. Языки Web-программирования можно условно разделить на две пересекающиеся группы: клиентские и серверные.

Клиентские языки

Как следует из названия, программы на клиентских языках обрабатываются на стороне пользователя, как правило, их выполняет браузер. Это и создает главную проблему клиентских языков — результат выполнения программы (скрипта) зависит от браузера пользователя. То есть, если пользователь запретил выполнять клиентские программы, то они исполняться не будут, как бы ни желал этого программист. Кроме того, может произойти такое, что в разных браузерах или в разных версиях одного и того же браузера один и тот же скрипт будет выполняться по-разному. С другой стороны, если программист возлагает надежды на серверные программы, то он может упростить их работу и снизить нагрузку на сервер за счет программ, исполняемых на стороне клиента, поскольку они не всегда требуют перезагрузки (генерацию) страницы.

Серверные языки

Когда пользователь дает запрос на какую-либо страницу (переходит на неё по ссылке или вводит адрес в адресной строке своего браузера), то вызванная страница сначала обрабатывается на сервере, то есть выполняются все программы, связанные со страницей, и только потом возвращается к посетителю по сети в виде файла. Этот файл может иметь расширения: HTML, PHP, ASP, ASPX, Perl, SSI, XML, DHTML, XHTML.

Работа программ уже полностью зависима от сервера, на котором расположен сайт, и от того, какая версия того или иного языка поддерживается. К серверным языкам программирования можно отнести: PHP, Perl, Python, Ruby, любой .NET язык программирования (технология ASP.NET), Java, Groovy.

Важной стороной работы серверных языков является возможность организации непосредственного взаимодействия с системой управления базами данных (или СУБД) – сервером, на котором упорядоченно хранится информация, которая может быть вызвана в любой момент.

Самыми популярными языками для создания сайта считаются такие как: HTML, CSS, Java-Script, PHP и Flash. Рассмотрим каждый из них более детально.

Итак, самым главным по праву можно назвать HTML. HTML – язык разметки гипертекста, этот язык был и остается крайне понятным и дружелюбным. Если опираться в сайтостроении исключительно на HTML, то страницы будут

реализованы в статическом формате, то есть, без каких-либо дополнительных возможностей для пользователей, исключительно чтение материала.

Но даже в этом случае не стоит забывать о CSS, поскольку принято считать, что он является неразрывным спутником HTML. На CSS лежат весьма ощутимые функции, он позволяет сделать код страницы более оптимизированным и коротким. При этом внешний облик сайта не только не становится хуже, но наоборот, приобретает более яркие и интересные очертания. CSS можно с легкостью вынести в отдельные файлы, что позволяет снизить нагрузку и использовать одни и те же стили множество раз [1].

Java-Script – клиентский язык для создания сайта, применяется для того, чтобы реализовать некоторые несложные функции на страницах. Клиентским он называется потому, что в данном случае весь процесс выполняется на стороне пользователя и без перезагрузки страницы [2].

Но самым значимым и серьезным языком для создания сайта на сегодняшний момент является PHP. Это уже серверный язык, с помощью которого пользователи могут реализовывать различные задачи. К примеру, у них появляется возможность прокомментировать статьи, проголосовать, добавить запись в гостевую книгу, опубликовать свои материалы и картинки. В данном случае происходит перезагрузка страницы, после которой отображаются и сохраняются совершенные изменения [3].

Flash – это скорее вспомогательный, нежели основной язык Web-программирования. Он помогает реализовать эффектную анимацию и интерактивность, однако Flash-сайты не вполне оптимизированы для поисковиков и людей. Поэтому использование Flash желательно скорее частичное, для заполнения отдельных областей страницы.

Таким образом, связывающим звеном между Web-разработчиком и сайтами является язык Web-программирования. Коды, написанные на Web-языках, читаются браузерами. Среди самых распространенных языков веб-программирования можно отметить: HTML, CSS, PHP, JavaScript, Flash. Выбор языка Web-программирования зависит в первую очередь от назначения сайта, наличия интерактивности, базы данных, динамичности или статичности его страниц.

Литература:

1. Уайк-Смит Ч. Стильный сайт с помощью CSS /Чарльз Уайк-Смит. – М. : Издательство «ИТ-Пресс», 2006. – 272 с.
2. Вагнер Р. JavaScript. Энциклопедия пользователя / Ричард Вагнер, Аллен Вайк. – К. : Издательство «ДиаСофт», 2001. – 464 с.
3. Томсон Л. Разработка Web-приложений на PHP и MySQL :пер. с англ./ Лаура Томсон, Люк Велинг. – К. : Издательство «ДиаСофт», 2002. – 672 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОГРАММ 3D МОДЕЛИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ РАЗРАБОТКИ ИГРОВЫХ МОДИФИКАЦИЙ

Анализ современного рынка программного обеспечения показывает, что основной доход компании получают от реализации игр. Помимо игровых гигантов все большую активность проявляют сторонние разработчики. Основная конкуренция касается таких вопросов, как игровая концепция и качество визуализации проекта. Причем в последнее время в связи с развитием технологий второй аспект стал играть доминирующую роль.

Создание качественной модели невозможно на базе одного графического редактора ввиду ограниченности инструментария, используемого ПО. Добиться сочетания глубоко проработанной текстуры и высоко полигональной модели можно только последовательной обработкой объекта в различных прикладных программных продуктах. Рассмотрим указанную проблему на примере создания модели для открытого движка Source.

Процесс создания 3-D модели включает следующие этапы:

— подготовка (создание образа, т.е. концепта с использованием программы Photoshop);

— сбор материалов и точная оценка проекта (работа над дизайном, предварительная оценка времени разработки с использованием программы Photoshop);

— планирование (подготовка первоначальной модели, т.е. создание объектов на основе примитивов с использованием программы Cinema 4D);

— моделинг (детальная проработка объектов с использованием программы Cinema 4D);

— конечное текстурирование (создание текстуры и нормалей моделей с использованием программы nDo, dDo).

3D-графика основана на создании моделей объектов окружающего мира, которые в свою очередь состоят из простейших полигонов — треугольников и прямоугольников. По сути, 3D-моделеры строят точный каркас каждого объекта, который появится в виде статической или динамической картинки. На этот каркас накладываются текстуры, придающие ему цвет, окраску, степень прозрачности, изеркальности или иллюзию рельефа. Пример такой модели приведен на рис. 1-3.

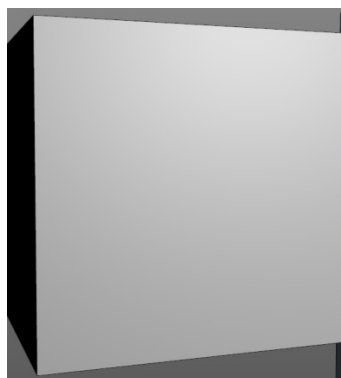
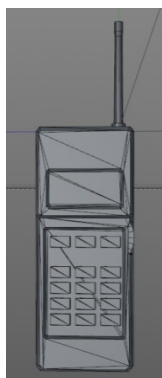


Рис. 1. Вид модели с полигонами

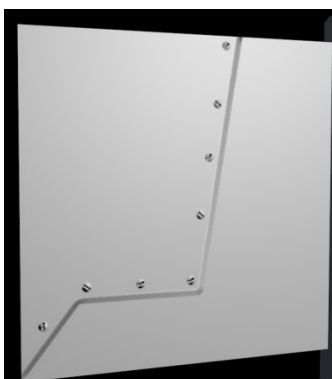


Рис.2. Вид модели без наложения нормалей



Рис. 3. Вид модели с наложением нормалей (иллюзия рельефа)

Рис. 4. Вид модели с визуальными погрешностями и недочетами

При работе с проектами, предполагающими создание и редактирование сложных моделей, возникает ситуация, при которой система может не справиться с объемом вычислений. При неправильном построении полигонов могут возникнуть визуальные погрешности и недочеты (рис.4).

Итоговый вид созданной модели можно оценить на рис. 5.



Рис.5 Конечный вид модели

Таким образом, можно сделать вывод, что реализация предложенных в работе приемов и методов создания объектов позволит с максимальной эффективностью добиться сочетания глубоко проработанной текстуры и высоко полигональной модели, что позволит составить конкуренцию разработчикам на цифровом рынке.

Литература:

1. «Valve Developer Community» //Документация для Source Developer Kit. — [Электронный ресурс]. URL: https://developer.valvesoftware.com/wiki/SDK_Docs(дата обращения 25.03.2015).
2. «Документация для Photoshop» //Документация для Photoshop. — [Электронный ресурс]. URL: <https://helpx.adobe.com/ru/photoshop.html>(дата обращения 25.03.2015).

3. «GettingStartedWithnDo » //Гайд по работе в nDo. — [Электронный ресурс]. URL: <http://quixel.se/usermanual/quixelsuite/doku.php?id=gettingstarted>(дата обращения 25.03.2015).
4. «dDoIntroduction» //Гайд по работе в dDo. — [Электронныйресурс]. URL: <http://quixel.se/usermanual/quixelsuite/doku.php?id=ddointro>(дата обращения 25.03.2015).
5. «Документация Cinema 4D» //Документация Cinema 4D — [Электронный ресурс]. URL: <http://www.maxon.net/ru/support/documentation.html> (дата обращения 25.03.2015).

ІХ. ПРОБЛЕМЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Молоканова Л.В., Попова Я.А.

*Донецкий национальный университет экономики и торговли
імені Михайла Туган-Барановського,*

м.Донецьк

Луганський університет імені Тараса Шевченка,

м.Луганськ

СУЧАСНИЙ РИНОК КОПЧЕНИХ КОВБАС

Ринок копчених ковбасних виробів – один з найбільш розвинутих у світовій харчовій промисловості. Ковбасні вироби займають четверту позицію в шкалі продуктів, що користуються постійним попитом споживачів, поступаючись хлібобулочним виробам, молочним продуктам, овочам і фруктам. У зв'язку з цим, все більше компаній розглядають його як перспективний. Копчені ковбаси відіграють важливу роль у харчуванні населення, як джерело надходження насичених і поліненасичених жирних кислот, повноцінних білків, деяких вітамінів, мінеральних та інших поживних речовин. Їх виробництво є найбільш поширеним методом переробки м'яса та інших продуктів забою тварин у м'ясній промисловості [1]. Враховуючи, що ковбасні вироби відносяться до повсякденних харчових продуктів і стабільно посіли місце в споживчому кошику, дослідження ринку та виявлення уподобань щодо вживання цього продукту має важливе значення.

Метою даної роботи було дослідження ринку копчених ковбас Донецького і Луганського регіонів та виявлення уподобань споживачів.

В ході проведених досліджень було виявлено, що за останні роки намітилася тенденція зростання обсягу виробництва ковбасних виробів у названих регіонах. Виробництво копчених ковбасних виробів зросло на 9% у зв'язку із збільшенням попиту на даний товар у країні. Обсяг регіонального ринку ковбасних виробів в натуральному вираженні досягає близько 28,9 тис.т. на рік. На сьогоднішній день на сегмент копчених ковбас припадає близько 20%, і його частка щорічно збільшується на 2-3%. Основний обсяг ринку забезпечує вітчизняний виробник - понад 95 % продукції [2,3].

В даний час копчені ковбасні вироби виробляють як відомі великі м'ясопереробні комбінати, так і дрібні приватні підприємства. Частка імпортової продукції на ринку ковбасних виробів не перевищує 1-2%, проте за останні роки імпорт ковбасних виробів збільшився на 70 %. Головними постачальниками ковбас стали Польща, Білорусія, Франція, Естонія, Іспанія та Угорщина[4].

За результатами дослідження, кількість представлених на ринку марок і різновидів копчених ковбасних виробів поступово збільшується: до кінця 2014 р. їх число зросло на 3,2 % в порівнянні з попереднім роком.

Що стосується перспектив розвитку ринку копчених ковбасних виробів, то слід зазначити, що рівень достатку населення країни не дозволяє купувати ці продукти в тому обсязі, в якому виникає бажання. У зв'язку з цим, ринок ще недостатньо насичений, є потенціал зростання. Загальними тенденціями розвитку ринку копчених ковбасних виробів можна вважати наступні: підвищена динаміка обсягів ринку; стабільне зростання споживання копчених ковбасних виробів на душу населення; зростання частки витрат на м'ясні вироби у населення; зростання добробуту населення, зростання культури споживання, внаслідок чого спостерігається конкуренція на ринку продукції м'ясопереробки, перехід від цінової конкуренції до якісної; розширення асортименту продукції; стабільне зростання цін на м'ясо та аналогічні м'ясні вироби на вітчизняному ринку.

Широкий асортимент ковбасних виробів спроможний задовольнити потреби різноманітних категорій споживачів. Вивчення попиту потенційних споживачів копчених ковбас та аналіз споживчих переваг проводили на основі опитування, у якому приймали участь близько 400 осіб різної статі, роду занять, сімейного і матеріального стану. Отримана інформація розглядалася як у генеральній вибірці, так і у розподілених групах за віком, сімейним станом, освітою, регулярністю споживання копчених ковбас. Перше запитання анкети було спрямоване на визначення інтенсивності купівлі копчених ковбас.

За результатами вивчення попиту потенційних споживачів цієї продукції було встановлено, що найбільша частка - 42 % опитаних споживачів - купують копчені ковбасні вироби 1-2 рази на місяць; 36 % - 1-2 рази на тиждень; тільки у святкові дні - 17 %; не купують копчені ковбасні вироби взагалі приблизно 5 % респондентів.

Основною поведінковою ознакою, яка визначає вибір покупців є смакові властивості продукту.

За результатами дослідження, 52 % респондентів визначили важливою ознакою при виборі копчених ковбасних виробів якість продукту, 34 % - ціну, 10 % - торгову марку, 4 % - пакування. Тобто основною поведінковою ознакою, яка визначає вибір покупців є якість копчених ковбас та їх ціна.

Основна частка населення купує копчені ковбасні вироби вітчизняних виробників. Ковбасам від іноземних виробників віддають перевагу лише 8 % респондентів, при цьому взагалі не звертають увагу на місце виробництво продукції 6 % опитаних.

По мірі прихильності до певного сорту ковбаси 29% респондентів є «беззастережними прибічниками» певного сорту, 27% - «любителі різноманітності», 25 % - «непостійні прибічники», які керуються наявністю грошових коштів і 19%, - «байдужі прибічники», які, як правило потребують ковбаси будь-якого сорту, доступної в даний момент.

Велике значення має упаковка ковбасних виробів. В ході дослідження виявилось, що 71 % респондентів віддають перевагу звичайній упаковці, 24 % - вакуумній, взагалі не звертають увагу на упаковку лише 5 % опитаних споживачів.

За результатами дослідження можна зробити висновки, що крупні м'ясопереробні заводи завдяки високій конкурентоспроможності поступово витіснили з ринку дрібні підприємства, значно розширили асортимент ковбасних виробів і змогли запропонувати споживачам великий вибір недорогих копчених ковбас, що призвело до зниження попиту і на імпорتنу продукцію. Єдиною перевагою ковбас зарубіжного виробництва залишається тривалий термін зберігання, що дозволяє оптовим підприємствам постачати їх у віддалені регіони і в дрібнороздрібну торговельну мережу. За минулі роки більшість дрібних виробників намагались максимально розширити асортимент копчених ковбасних виробів, що, на їх думку, повинно було сприяти підвищенню реалізації продукції. В результаті, номенклатура асортимента ковбасних виробів стала значно ширшою, але об'єм продажу у більшості виробників так і не виріс, що пов'язано з їх низькою конкурентоспроможністю. Саме тому в умовах ринкової економіки особливо важливим є випуск і забезпечення населення конкурентоспроможною харчовою продукцією.

Таким чином, проведені дослідження свідчать про доцільність створення принципово нових технологій комплексної переробки м'ясної сировини у продукти високої якості, вдосконалення процесу виробництва ковбасних виробів та створення нових рецептур високоякісних копчених ковбас з високою споживною цінністю, збалансованих за вмістом білків, жирів і вуглеводів, мінеральних речовин і вітамінів та подовженим терміном зберігання.

Література:

1. Сирохман І.В. Товарознавство м'яса і м'ясних товарів: підручник / І.В.Сирохман, Т.М. Лозова.–2-е вид., перероб., доп.–К.: Центр навч. л-ри, 2009. –378 с
- 2.Огляд м'ясного і ковбасного ринку України.[Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://postup.in.ua/usual.php?what=57326>.
3. Обзор мясного и колбасного рынка Украины.[Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.marketing-ua.com/articles.php?articleId=3667>.
- 4.Молоканова Л.В., Попова Я.А. Развитие рынка копченых ковбас как продукта туристического харчування//Збірник тез доповідей II Міжнародної наук.-практич. конф. викладачів, аспірантів і студентів «Україна-Чорногорія: економічна трансформація та перспективи міжнародної співпраці», 18-25 травня 2013 р./М-во освіти і науки України, Донец. нац.ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського, Готельський освітній центр Чорногорії НЕС ун-т Чорногорії.- Чорногорія, м.Будва, 2013, с.58-60.

ТОВАРОВЕДНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ МАКАРОННЫХ ИЗДЕЛИЙ

Макаронные изделия – это высушенное пресное тесто из пшеничной муки специального помола и воды, оформленное в виде трубочек, нитей, ленточек или другой формы изделий, высушенных до остаточной влажности 13%, некоторые могут храниться в нормальных условиях в течение года без снижения показателей качества

Исследования свойств и качества макаронных изделий не теряют своей актуальности в связи с тем, что макаронные изделия относятся к основным продуктам питания, спрос на которые достаточно велик и стабилен. Роль макаронных изделий в рационе питания, причем практически во всем мире, трудно переоценить.

Макаронные изделия имеют ряд преимуществ перед наиболее распространенными продуктами питания. При хранении макаронные изделия не черствеют, как хлеб, менее гигроскопичны по сравнению с сухарями, хорошо транспортируются и сохраняются (до года и более) без ухудшения вкусовых и питательных свойств. Макаронные изделия по пищевой ценности превосходят пшеничный хлеб, так как изготавливают их из пшеничной муки с максимальным содержанием белковых веществ. Из них можно быстро приготовить блюдо, так как продолжительность их варки равна 5 – 10 минут.

Целью исследования является проверка качества и безопасности макаронных изделий, а также факторов их формирования.

Объектом исследования являются макаронные изделия, предметом исследования – их качество и безопасность.

Исследования производились в лабораториях кафедры пищевых технологий, товароведения и экспертизы товаров и в условиях городской санитарно-эпидемиологической станции г. Луганска.

В качестве объектов исследования использованы макаронные изделия – вермишель, трех торговых марок: «Макфа», «Чумак» и Симферопольской макаронной фабрики.

Качество отобранных образцов исследовали по органолептическим, физико-химическим показателям и показателям безопасности. Результаты исследования представлены в таблицах 1-2.

Таблица 1.

Результаты оценки качества макаронных изделий, реализуемых на региональном рынке

Показатели	Образец		
	«Чумак»	«Макфа»	«Симферополь-ская макаронная фабрика»
Органолептические показатели:			

Цвет	Соответствующей сорту муки без следов непомеса	Соответствующей сорту муки без следов непомеса	Соответствующей сорту муки без следов непомеса
Поверхность	Гладкая. Допускается шероховатость	Гладкая. Допускается шероховатость	Гладкая. Допускается шероховатость
Излом	Стекловидный	Стекловидный	Стекловидный
Форма	Соответствует типу изделий	Соответствует типу изделий	Соответствует типу изделий
Вкус	Свойственный данному изделию, без постороннего вкуса	Свойственный данному изделию, без постороннего вкуса	Свойственный данному изделию, без постороннего вкуса
Запах	Свойственный данному изделию, без постороннего запаха	Свойственный данному изделию, без постороннего запаха	Свойственный данному изделию, без постороннего запаха
Состояние изделий после варки	Изделия не слипаются между собой при варке до готовности	Изделия не слипаются между собой при варке до готовности	Изделия не слипаются между собой при варке до готовности
Физико-химические показатели:			
Влажность, %	11	11	12
Кислотность, град	3,2	2,8	3,0
Зольность	0,18	0,15	0,2
Сухое вещество, перешедшее в варочную воду	5,5	5,0	6,0
Металломагнитная примесь ,мг на 1 кг продукта	Не обнаружена	Не обнаружена	Не обнаружена
Наличие зараженности вредителями	Не обнаружено	Не обнаружено	Не обнаружено

Таблица 2

Микробиологические показатели и показатели безопасности макаронных изделий

Показатели	Образец		
	Чумак	Макфа	Симферополь-ская макаронная фабрика
Токсичные элементы -свинец -мышьяк -кадмий -ртуть	В норме	В норме	В норме
Микотоксины	Не обнаружено	Не обнаружено	Не обнаружено
Пестициды	Не обнаружено	Не обнаружено	Не обнаружено
Радионуклиды - цезий 137 -стронций 9	Не обнаружено	Не обнаружено	Не обнаружено
Микробиологические показатели	В норме	В норме	В норме

Вывод. По результатам товароведной оценки качества можно сказать, что проверяемые образцы макаронных изделий по органолептическим, физико-химическим показателям и показателям безопасности имеют близкие по значению показатели свойств и полностью удовлетворяют требованиям нормативных документов

Литература:

1. Нилова Л.П. Товароведение и экспертиза зерномучных товаров: учебник для высш.уч.завед. – СПб.: ГИОРД, 2005. – 416 с.
2. Михулович Л.С. Товароведение продовольственных товаров: Учебное пособие / Л.С. Михулович, О. А. Брилевский, И.Н. Фурс и др. – Мн.: БГЭУ, 1998. – 484с.
3. Пономарьов П.Х. Безпека харчових продуктів та продовольчої сировини: Навчальний посібник. / П.Х. Пономарьов, І.В. Сірохман – К.: Лібра, 1999. – 272 с.
4. Донченко Л.В. Безопасность пищевого сырья и продуктов питания. / Л.В. Донченко, В.Д. Надыкта – М.: Пищевая промышленность, 1999. – 352 с.
5. Изделия макаронные. Общие технические условия. ГОСТ Р 51865-2010. – [Введен 2012-01-01] – М.: Изд-во стандартов, 2011.

И.А.Щербинина, А.Н. Ветчинова
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г.Луганск

ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ СОВРЕМЕННОЙ КЛАССИФИКАЦИИ ОБУВИ

В повседневной жизни людей обувь играет огромную роль, так же, как продукты питания и жилье. Она является предметом первой необходимости, потому что защищает стопу человека от внешних воздействий внешней среды, а также жары, холода, атмосферных осадков, т.е. исполняет определенные функции.

Под функцией обуви понимают ту служебную роль, которую она выполняет в жизни человека. В современной товароведении функции современной одежды принято подразделять на утилитарные и социально-эстетические [1,2].

Утилитарные функции обуви заключаются в его практической полезности и сводятся к двум группам функций: защитных и утилитарно-практических.

Защитная функция обуви является наиболее важной. Это объясняется тем, что человек нормально себя чувствует только при определенных параметрах окружающей среды. Обувь способна защитить человека от:

- механических повреждений стопы при ходьбе и беге;
- действия окружающей среды (солнечная радиация, ветер, влага);
- неблагоприятных воздействий физической среды (например, запыленность, перегрев, давление и т.п.);

- химической и биологической среды (укусы насекомых, воздействие бактерий и др);
- факторов физиологической психоэмоциональной среды (статические, динамические, эмоциональные перегрузки).

Утилитарно-практические функции включают функции назначения и практическую функцию [3].

Функция назначения обуви заключается в обеспечении физической возможности эффективного выполнения процессов, для которых она предназначена, то есть ходьбы, бега, работы, прогулок и др. Обувь, не приспособленная для этих процессов, может стать причиной травматизма, быстрому утомлению, ухудшению физического состояния здоровья, снижения производительности труда и др.

Практическая функция, присущая некоторым видам обуви (грации, пояса, бюстгалтеры и др.) и заключается в удобстве фиксации на стопе, удобстве в использовании, чистке и др..

Социально-эстетические функции обуви заключаются в ее духовной полезности, то есть способности обуви предметно-чувственным образом отражать свою естественную и общественную целесообразность, красоту, совершенство и нести в себе определенную информацию [1-4].

Социальные функции характеризуют соответствие изделия общественно необходимым потребностям и его общественную значимость и целесообразность. К этой группе относятся функции: морально-этическая, информативная, визуально-коммуникативная, воспитательная и функция стимулятора психической активности.

Морально-этическая функция обуви обусловлена традициями, обычаями общества, которые диктуют ее вид и способ ношения.

Информативная функция заключается в его способности информировать нас о морально-этические представления, традициях и обычаях, сложившиеся в обществе. Обувь может рассказать об индивидуальных особенностях личности, носителя обуви, а именно: его чертах характера, культуре, вкусе, наклонностях, возрасте и т.д. Кроме того, сам вид обуви несет информацию о том, к какому социальному и возрастному классу, типу она относится, каким образом следует обращаться с ее владельцем.

Визуально-коммуникативная функция обуви заключается в том, что она способна выступать в качестве визуального посредника в общении между людьми. Эта функция возникла из естественной потребности разделения людей по внешним признакам одежды на определенные группы с целью регулирования взаимоотношений между ними, и обувь напрямую выступает таким признаком отличия групп. Разделение на группы может осуществляться по профессиональному признаку: форменная обувь железнодорожников, работников милиции, военнослужащих др.

Воспитательная функция обуви заключается в воспитании и развитии эстетических вкусов. Особенно ярко эта функция проявляется в детской обуви, которая дает первые уроки эстетического воспитания детей.

Обувь может выступать в качестве стимулятора психической активности,

инициативы, изменений и разнообразия в образе жизни человека.

Художественно-эстетическая функция обуви заключается в ее способности приносить человеку чувственно-эмоциональное удовольствие своей художественностью, гармонией с окружающей средой, внешним видом и личностью человека. Обувь является предметом материальной культуры человека, несет в себе черты исторической эпохи, национального характера, индивидуальных творческих особенностей и поэтому является объектом эстетического восприятия. Она рассматривается не только как предмет потребления, но и как произведение прикладного искусства. Каждая историческая эпоха, каждый народ по-своему ставят и решают задачи создания красивой обуви.

Итак, все перечисленные функции обуви должны быть представлены в виде иерархической структуры, каждая вещь несет в себе разнообразные функции, являющиеся как главными, так и второстепенными. Поэтому при разработке новых видов обуви обязательно нужно руководствоваться приемами классификационного разделения функций обуви для более полного удовлетворения потребностей в ней.

Литература:

1. Садовский В.В., Товароведение одежно-обувных товаров [Текст]: учеб. пособие / В.В. Садовский, Н.М. Несмелов. – Мн: изд БГЭУ. – 2005. – 429 с
2. Голубенко, О. А. Товароведение непродовольственных товаров [Текст] : учеб. пособие для студентов / О. А. Голубенко, В. П. Ново-павловская, Т. С. Носова. М. : ИНФРА-М. – 2009. – 647с.
3. Бекмурзаев, Л. А. Технология одежды из кожи [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / Л. А. Бекмурзаев, В. Ф. Водорезова. - М: Форум ; ИНФРА-М. – 2008. – 254с.
4. Волошко Н. И. Товароведение, экспертиза и стандартизация [Текст]: учебник / Н. И. Волошко, А. А. Ляшко, А. П. Снитко, А. П. Ходыкин. – М. : Дашков и К°. – 2008. – 311с.

Р. Г. Домниченко
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПОЛИМЕР-НАПОЛНИТЕЛЬ НА ГРАНИЦЕ РАЗДЕЛА ФАЗ В СИСТЕМЕ ЭПОКСИДНО-АКРИЛОВОГО СВЯЗУЮЩЕГО

Использование смешанных пленкообразователей позволяет регулировать такие свойства покрытий как эластичность, стойкость к истиранию и атмосферную устойчивость [1,2]. Широко используются как механические смеси пленкообразователей, так и блок-сополимеры [3,4].

Однако в композиционных материалах, коими является большинство лакокрасочных покрытий, значительную роль в определении эксплуатационных свойств играет также наполнитель. В работах [5] отмечается

возможность достаточно широкого варьирования свойств композита посредством регулирования содержания наполнителя, а также взаимодействия на границе его межфазного раздела с плёнкообразователем. Полученные таким образом данные позволяют установить взаимосвязь между активностью поверхности наполнителя и физико-химическими свойствами композиционных покрытий.

Целью данной работы является определение степени взаимодействия между смешанной полимерной составляющей и поверхностью наполнителей.

В качестве объекта исследования выбраны тройные системы наполнитель – акриловый полимер – эпоксидиановая смола.

В качестве наполнителя использованы каолин марки КС-1 различных месторождений (КС-1(1) и КС-1(2), осадочный мел МТД-1 и дробленый мрамор Normcal-20. В качестве плёнкообразователей использованы стирол-акриловый латекс Ucar D 450 и эпоксидиановая смола ЭД-20.

В работе использованы методы физико-химических исследований свойств наполнителей (метод тонкослойной пропитки, инфракрасная спектроскопия а также сорбционные методы для определения сродства покрытий к парообразной воде.

Установлено, что активность поверхности наполнителей в значительной степени определяется её развитостью (Табл. 1).

Таблица 1

Свойства наполнителей

Наполнитель	Удельная поверхность, м ² /г	Угол смачивания водой, град.	Сорбция парообразной воды, мг/г	Сорбция ДОФ, г/г
КС-1(1)	10,5	45	124	0,21
КС-1(2)	12,0	48	134	0,26
МТД-1	2,4	23	12	0,08
Normcal-20	1,4	26	10	0,04

Вероятно, это происходит вследствие отсутствия набухания частиц каолина в диоктилфталате, что, однако, наблюдается в водной среде.

Для изучения взаимодействия между полимером и поверхностью наполнителя использовался метод статической адсорбции. Получены данные, как об адсорбции индивидуальных полимеров, так и их смеси в массовом соотношении 50:50. Показано, что эпоксидиановая смола адсорбируется наполнителями в значительно большей степени, нежели стиролакрилат (Табл. 2).

Таблица 2

Адсорбция полимеров на поверхности наполнителей, мг/г

Наполнитель	Ucar D 450	ЭД-20	ЭД-20:Ucar D 450
КС-1(1)	190	290	260
КС-1(2)	250	340	298
МТД-1	95	134	120

Normcal-20	80	130	110
------------	----	-----	-----

Адсорбция смеси полимеров во всех случаях выше аддитивной, что указывает на преобладающее взаимодействие между наполнителем и эпоксидиановой смолой.

Показано, что при взаимодействии эпоксидиановой смолы с поверхностью как силикатов, так и наполнителей карбонатного типа преобладают связи вандерваальсового типа, существенного изменения положения и интенсивности полосы с координатами 916 см^{-1} не наблюдается. То же самое происходит и в случае стирол-акрилового полимера – полоса с координатами 1721 см^{-1} сдвигается в сторону больших волновых чисел всего на 4 см^{-1} без изменения интенсивности.

Для изучения качества взаимодействия полимера с поверхностью наполнителя также были получены порошки силикатных и карбонатных материалов обработанные плёнкообразователями. Как видно из табл. 3, более эффективно адсорбционные центры на поверхности наполнителей блокирует водная дисперсия на основе эпоксидной смолы: во всех случаях наблюдается уменьшение сорбции водяного пара.

Таблица 3

Сорбция водяного пара порошками наполнителей.

Наполнитель	Ucar D 450	ЭД-20
КС-1(1)	132	110
КС-1(2)	150	125
МТД-1	11	10
Normcal-20	10	8

Также следует отметить, что относительное уменьшение сорбции в случае обработки поверхности минеральных дисперсных материалов для силикатов и карбонатов практически совпадает и составляет около 10 %.

Таким образом, установлено, что эпоксидиановая смола из водной дисперсии сорбируется на поверхности минеральных наполнителях в большей степени, нежели стирол-акриловый полимер. Последний также менее существенно экранирует активные центры на поверхности наполнителя, что в некоторых случаях приводит к увеличению общей сорбционной способности композиции.

Литература:

1. Казакова Е.Е., Скороходова О.Н. Водно-дисперсионные акриловые лакокрасочные материалы строительного назначения М.: изд-во ООО "Пэйнт-Медиа", 2003. - 136 с.
2. Т. Brock European Coatings Handbook Т. Brock, М. Grotklaes, Р. Mischke Vincentz Network GmbH & Co KG, 2000 - Р. 410
3. Мюллер Б., Пот У. Лакокрасочные материалы и покрытия. Принципы составления рецептур Москва: ООО "Пэйнт-Медиа", 2007. - 237 с.
4. А. Tracton Coatings Technology Handbook/ Taylor & Francis, 2005 – Р. 936

5. Липатов Ю.С. Физическая химия наполненных полимеров М.: Химия, 1977, 304 с.

Р. Г. Домниченко, Я.А. Тищенко
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ НАРУЧНЫХ ЧАСОВ И ФАКТОРОВ ВЛИЯЮЩИХ НА НИХ

В современном мире часы - это не просто механизм, отсчитывающий минуты. Часы - показатель престижа и вкуса, символ принадлежности к определенному обществу. Все это говорит о том, что к выбору наручных часов нужно относиться серьезно.

Выбирая часы, определитесь, чего вы ждете от них. Для повседневного использования лучше выбрать классические часы, для выхода в свет - дорогие модели из благородных металлов или дизайнерские часы, для развлечения и спорта – спортивные.

Потребительские свойства часов включают функциональные, эргономические, эстетические свойства и надежность.

1. К функциональным свойствам относят информативность, точность хода и возможность эксплуатации в неблагоприятных условиях.

Информативность часов определяется видом индикации текущего времени, возможностью отчета больших и малых интервалов времени, а также возможностью представления другой аудиовизуальной информации.

Индикация текущего времени может быть стрелочной, цифровой и комбинированной. Существуют модели часов, показывающие текущее время одновременно в нескольких часовых поясах.

Точность часов является функциональным важнейшим свойством, которое определяется такими показателями, как суточный ход и средний суточный ход.

Нормальной точностью механических часов считается отклонение ± 20 с/сут.

Возможность эксплуатации наручных часов в неблагоприятных условиях определяется наличием в часах противоударного и антимагнитного экранирующего устройства, а также степени герметизации соединений корпуса часов.

2. К эргономическим свойствам часов относят: удобство считывания показаний, удобство завода часов и перевода стрелок, удобство замены источников питания, ношения.

Удобство считывания показаний зависит от вида индикации, размера цифр и количества делений, нанесенных на циферблат, степени контраста между стрелками и цветом циферблата, а также наличием подсветки циферблата.

Удобство завода часов и перевода стрелок зависит от размеров заводной головки и требуемых для этого усилий.

Удобство ношения часов зависит от размеров, формы, массы, способа их крепления, а также возможности регулирования длины браслета.

3. Надежность часов определяется сложностью конструкции, наличием защитных устройств (противоударного, антимагнитного), пыле-, влаго- или водонепроницаемого корпуса и зависит от соблюдения правил эксплуатации и ухода. Как правило, чем сложнее конструкция часов, тем выше вероятность поломок. Срок службы часов при надлежащей эксплуатации и уходе составляет обычно не менее 10 лет.

4. Эстетические свойства часов определяются формой, цветом, габаритными размерами корпуса, цветом циферблата, материалом и формой часового стекла, качеством защитно-декоративных покрытий, четкостью прорисовки знаков, обозначений и символов, пропорциями и единством элементов часов.

Независимо от того, с какой целью выбирается часы, необходимо обратить внимание на следующие детали:

1. Механизм - это, возможно, наиболее важная деталь любых часов. От его надежности зависит точность и долговечность устройства. Бесспорные лидеры на рынке часовых механизмов - Япония и Швейцария. Их продукция традиционно отличается высоким качеством, надежностью и разнообразием.

2. Материалы. Есть пять типов материалов, которые влияют на стоимость изделий. Лучшие материалы - нержавеющая сталь и медь. Их используют для производства часов престижных марок. Пластмасса ценится гораздо ниже. Впрочем, ее используют и для производства дорогих качественных часов (например, японских Casio), а также для изготовления дешевых подделок. Итак, покупая часы из пластмассы, нужно обратить внимание на производителя. Если это компания, хорошо зарекомендовавшая себя на рынке часов, можно, не сомневаясь, совершать покупку.

Для производства дешевой и недолговечной продукции используют алюминиевые сплавы. Титановые сплавы хороши для часов, но ассортимент таких моделей не очень широк

3. Браслеты можно покупать отдельно от часов. Делают их из кожи или из того же материала, из которого изготовлены часы. Кожаные браслеты хорошо поглощают влажность и имеют высокую эластичность. Браслеты из металла бывают двух типов: цельнометаллический цепь (более дорогой вариант) и браслеты из прокатанного металла.

4. Покрытие часов. Все покрытия со временем стираются - это в меньшей степени относится к керамическому и стальному покрытию и больше - к покрытиям из золота. Наименее удачный выбор - часы с лакированным покрытием, которое чаще используют китайские производители

5. Стекло защищает циферблат и стрелки от поломок. Есть три типа стекол. Плексиглас (пластмасса) - это дешевый материал, он хуже других защищен от царапин. Кристалл (или закаленное стекло) - это материал более устойчив к появлению царапин, но при этом и более хрупкий, чем плексиглас. Искусственный сапфир - наиболее износостойкий и, соответственно, дорогой материал.

6. Ударопрочность. Хорошие наручные часы при падении на жесткую деревянную поверхность с высоты 1 м, не получают какие-либо повреждения. Как правило, все спортивные часы имеют высокий уровень противоударных качеств.

7. Водонепроницаемость. Механизм водонепроницаемых часов защищен специальными панелями. Стандартные водонепроницаемые часы могут

противостоять незначительной влажности (дождь, аэрозоль), но они не подходят для использования в бассейне, душе или ванне. Все виды спортивных часов (особенно часы для прыжков в воду) имеют водонепроницаемость до 100 метров глубины.

Литература:

1. Алексеев Н.С. Теоретические основы товароведения непродовольственных товаров. / Н.С. Алексеев, Ш.К. Ганцов, Г.И. Кутянин. – М: Экономика, 1988.
2. Орловский Э.Н. Товароведение культтоваров / Э.Н. Орловский, В.В. Платонов, М.И. Бердшадский. – М. : Экономика, 2001.

Р. Г. Домниченко, А.О. Сизов
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ ЛАКОКРАСОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

В настоящее время на прилавках магазинов можно увидеть изобилие лакокрасочных изделий во всевозможных упаковках и самого разнообразного назначения. Уже практически не осталось таких поверхностей, для которых нельзя было бы подобрать определенный тип и марку лака и краски

Лакокрасочные материалы (ЛКМ) имеют две основные функции: декоративную и защитную.

С каждым годом к ЛКМ и покрытиям на их основе предъявляются все более жесткие требования в связи с появлением новых технологий в промышленности, строительстве и формированием современных эстетических вкусов у потребителя.

Цель работы – исследование потребительских свойств лакокрасочных материалов.

Объекты исследования – лакокрасочные материалы.

Для сравнительной оценки качества лакокрасочных материалов отечественного и зарубежного производителей, были взяты следующие образцы:

- Отечественный представитель: эмаль алкидно-уретановая для наружных и внутренних работ. ЗАО «Лакма» г. Киев ТУ 2312-023-54357046-2005
- Зарубежный представитель: Feidal, Германия. Эмаль для наружных и внутренних работ.

Таблица 1

Результаты оценки качества лакокрасочных материалов

Наименование показателей	Эмаль алкидно-уретановая для наружных и внутренних работ.	Эмаль для наружных и внутренних
--------------------------	---	---------------------------------

	ЗАО «Лакма», Украина, Киев	работ. Feidal, Германия
1. Определение цвета	светло-жёлтый	коричнево-жёлтый
2. Цвет плёнки эмали	в пределах допускаемых отклонений	соответствует
3. Внешний вид плёнки	присутствуют потёки	гладкая, однородная, без расслаивания
4. Время высыхания, полное/между слоями	12/5-6	4/4
5. Время полной полимеризации	6	4
6. Степень разбавления	19%	5%
7. Определение чистоты	наличие механических включений, сыпи не обнаружено	наличие механических включений, сыпи не обнаружено
8. Внешний вид лака	отсутствие прозрачности и опалесценции	отсутствие прозрачности и опалесценции
9. Определение блеска	41%	78%
10. Прочность пленки при ударе по прибору У-1, см	50	50
11. Твердость покрытия по маятниковому прибору типа ТМЛ (маятник А), усл. ед.	0,25	0,1
12. Эластичность пленки при изгибе, мм.	1	1
13. Стойкость покрытия к статическому воздействию раствора моющего средства, циклов, не менее - щелочного (15% р-р) - кислотного (20% р-р)	5 5	не нормируется не нормируется
14. Область применения	внутри и снаружи	внутри и снаружи
15. Площадь покраски 1 л, м ²	8-10	10-12
16. Требуется ли грунтовка	да	да

Анализируя данные приведенные в таблице, можно определить, что образец 2, а именно эмаль зарубежного производителя отвечает высоким требованиям качества данного продукта. Благодаря своим уникальным свойствам, материалы фирмы "Feidal" могут наноситься и сохнуть при отрицательных температурах (до -30 градусов). Данные качества лакокрасочных материалов "Feidal" позволяют производить покраску и защиту от коррозии в любое время года. Это является неотъемлемым преимуществом в ряде других перед отечественным производителем. Также все показатели отвечают государственным стандартам. Обеспечивают получение высоко глянцевого декоративного покрытия с отличными защитными свойствами. Обладает по сравнению с эмалью ЗАО «Лакма» повышенной твердостью пленки, блеском.

Эмаль отечественного производителя уступает в качестве «Feidal» в нескольких показателях, таких как: блеск, степень разбавления, степень полимеризации и стойкость покрытия к воздействию раствора моющего средства. Однако, весомым аргументом некачественного товара является, то что в эмали обнаружено химически-вредные примеси, что не является экологически-чистым продуктом. Это связано с растворителем, его качеством и количеством.

Но главной, на наш взгляд, причиной выбора потребителей импортной продукции можно назвать психологический эффект восприятия потребителями зарубежных лакокрасочных материалов как изначально более качественных и экологичных по сравнению с украинскими. Выходом из последней ситуации может служить создание украинских брендов.

Литература:

1. Брозовский Д.И. и др. Основы товароведения промышленных и продовольственных товаров. Учебник для бух.отд-ний техникумов сов. торговли. / Д.И. Брозовский. - М., "Экономика" - 1977

3. Агбаш В.Г. Товароведение промышленных товаров. В 3-х т. Т.II Учебник для товаровед.отд-ний кооп. техникумов. / В.Г. Агбаш. - М., "Экономика", 1973.

4. Товароведение непродовольственных товаров: Учебник для учащихся товаровед.отд. кооп. техникумов. В 4-х т. / Д. И. Брозовский, В.П. Склянников, М.К. Емцова и др. – М.: Экономика, 1984. – 288 с.

Р. Г. Домниченко, С.П. Безгомонов

*Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск*

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА СТИРАЛЬНЫХ МАШИН

В течение последних трех лет рынок бытовой техники демонстрировал уверенный рост за счет увеличения реальных доходов населения и развития потребительского кредитования. Наиболее динамично развивался сегмент бытовых стиральных машин, ёмкость которого в 2014 году составила 5,6 млн. единиц. Эта тема актуальна поскольку сегодня стиральная машина является необходимым атрибутом бытовой техники для многих, так как в процессе стирки значительно экономится время.

Цель данного исследования состояла в том, чтобы изучить систему работы стиральных машин, выявить основные преимущества их использования в

процессе стирки белья, а также проанализировать состояние ассортимента стиральных машин.

Сейчас российские производители удерживают более 70 процентов рынка стиральных машин. Чтобы сохранить свои позиции, им необходимо как можно быстрее увеличить выпуск стиральных машин-автоматов. Емкость российского рынка стиральных машин равна 1,4-1,5 млн штук в год.

Рынок относится к числу растущих: ежегодно объемы продаж на нем увеличиваются на 5 процентов, внутрироссийское производство стиральных машин - на 6 процентов.

Российские фирмы постепенно наращивают свое производство: выработка стиральных машин в 2014 году составила более 1,5 млн. шт., что на 9,2% превышает показатели 2013 года, остальное было ввезено из-за рубежа.

Сегодня в России выпускается три вида стиральных машин:

- малогабаритные с ручным отжимом и объемом загрузки до 2 килограммов.
- полуавтоматические с использованием центрифуги для отжима, в которые можно загрузить до 3 килограммов белья.
- автоматические с программным управлением, режимом сушки или без нее.

Около 3/4 приобретаемых в России стиральных машин приходится на автоматические с фронтальной загрузкой и 1/4 — на машины с верхней загрузкой. Около 78 % приобретаемых машин — стиральные машины без сушки. Лидером продаж на российском рынке является итальянская фирма Merloni Elettrodomestici SPA. Ранее в России бытовую стиральную технику выпускали 47 заводов. В настоящее время число производителей сократилось до 33.

Требования к качеству машин и приборов можно разделить на следующие группы: функциональные, требования к конструкции, эксплуатационные, эстетические, экономические.

Конструктивные особенности стиральной машины влияют на удобство использования и качество стирки в дальнейшем. Эффективность отстирывания может повышаться при наклоне барабанного механизма и при увеличении его диаметра, а также расположение шлангов сбоку позволит установить машинку вплотную к стене.

Роликовые опоры дают возможность передвижения машины без тяжелых физических усилий. Винтовые опоры позволят отрегулировать необходимый уровень машины строго вертикально даже на неровной поверхности. Наличие эластичных амортизаторов смягчит вибрацию от работы корпуса техники, и продлят долговечность оборудования. Передняя и верхняя съемные панели корпуса улучшат доступ к внутренним узлам машины и упростят ремонт и техническое обслуживание.

Стиральные машины должны соответствовать требованиям стандартов по параметрам, а по внешнему виду эталонам-образцам.

Основными потребительскими свойствами стиральных машин являются классы энергопотребления, стирки и отжима. Классы выставляются в диапазоне от А до G, где класс D примерно соответствует оценке "удовлетворительно",

класс С - "хорошо", класс В - "очень хорошо", класс А - "отлично". Классы Е, F и G встречаются не слишком часто и обозначают худшие показатели.

У большинства стиральных машин есть возможность определения количества заливаемой воды в зависимости от загрузки. Данный параметр называется «Авт. регулир. уровня воды». Иногда среди потребителей этот параметр называют «автовзвешиванием».

Однако стиральная машина не взвешивает белье: количество залитой воды зависит от впитываемости белья. У всех машин с электронным управлением в зависимости от количества залитой воды и степени загруженности барабана автоматически определяется время стирки. Причем время может корректироваться уже в процессе стирки, в зависимости от условий (температуры залитой воды, времени, потраченного на залив воды, обилия пены и т.п.).

Еще одним важным свойством стиральных машин являются их размеры. Понятно, что в условиях типовых новостроек предпочтительна глубина машины 34 или 42 см. Но нужно иметь в виду, что чем уже машина, тем меньше ее устойчивость при отжиге. Отсюда следует, что, имея хотя бы небольшой запас площади, предпочтительнее ориентироваться на полногабаритную машину.

Принципиально новых параметров для классификации стиральных машин в ближайшее время стоит ожидать только за счет расширения сервисных возможностей (например, увеличения набора программ стирки, улучшенного дизайна, функциональности и др.). Есть еще одна тенденция при производстве стиральных машин различных брендов — это максимальная унификация моделей в пределах конкретной промышленной линейки (дизайн, конструктивные особенности, комплектующие, набор основных функций и др.).

Литература:

1. Ходыкин А.П. Товароведение непродовольственных товаров: учебник / А.П. Ходыкин. – М. : Дашков и К, 2009. – 544 с.
2. Алексеев Н.С. Товароведение хозяйственных товаров: / Н.С. Алексеев. - М. : Экономика, 1984 – 198 с.

Р.Г. Домниченко, К.С. Коновратская
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

ТОВАРОВЕДНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА КРАСОК ДЛЯ ВОЛОС, РЕАЛИЗУЕМЫХ В ТОРГОВОЙ СЕТИ ГОРОДА ЛУГАНСКА

Сегодня в условиях экономической нестабильности и утраченной покупательской способности большинство жительниц Луганска не могут позволить себе окрашивание волос в салонах красоты. По результатам социального опроса 72% луганчанок окрашивают волосы в домашних условиях.

Целью работы является исследование потребительских свойств краски для волос, показатели её качества и анализ образцов красок, реализуемых в розничной торговой сети города Луганска.

Объектом исследования является краска для волос различных производителей, предметом – факторы, влияющие на формирование потребительских способностей краски для волос.

По данным социологического опроса, самыми популярными торговыми марками в Луганске на сегодня являются следующие: Avon, Oriflame, "Черный жемчуг", MaxFactor, Nivea, L'OrealParis, RubyRose, Maybellin, MaryKay, Pupa, YvesRocher, "Арт-Визаж".

Общая структура рынка косметики г. Луганска имеет такой вид:

- mass market (массового потребления) - до 70% объёма продаж;
- селективная косметика - до 10%;
- косметика транснациональных корпораций - 20%.

Общие требования к безопасности краски для волос:

- высокий уровень эффективности средства;
- безопасность всех ингредиентов, входящих в состав краски;
- неизменность качества на протяжении гарантийного срока;
- эстетические требования: хороший внешний вид (консистенция, цвет, запах), художественное и рекламное оформление упаковки.

Мы провели экспертизу 7 образцов красок для волос разных производителей, реализуемых в торговой сети г. Луганска. Результаты исследования приведены в Таблице 1. В ходе проведения исследования каждым изделием был покрашен образец светлых натуральных волос для определения соответствия заявленным характеристикам результата окрашивания. Все образцы красок окрашенных волос имеют здоровый блеск, краски не портят их внешний вид и даже улучшают его.

Образцы всех производителей соответствуют стандартным требованиям, отклонения имеются лишь в образце Краска для волос «Palette русый - результат окрашивания получился на 1 тон темнее указанного (тёмно-русый), а так же в образце Краска для волос «Londacolor» gold-orange – не полная достоверность информации для потребителя.

На основании проведённых исследований потребительских свойств и качества красок для волос, реализуемых в торговой сети г. Луганска, можем сделать выводы:

1. Мировой рынок косметических изделий сегодня является одним из наиболее крупных после традиционных лидеров по объёмам продажи. Это свидетельствует о том, что косметика пользуется постоянным спросом у потребителей.

2. Основным критерием качества красок для волос является высокий уровень эффективности и безопасность всех ингредиентов, входящих в их состав.

3. Поскольку одним из основных факторов, влияющих на покупку, является цена, следует отметить, что из анализируемых образцов наиболее дорогим является Краска для волос «Palette русый (Словения, Хенкель), получившая

общую оценку «хорошо». Самой дешёвой является Краска для волос «Florex» рубин (ЗАТ «Супермаш» Украина), результат оценивания которой – «отлично».

Таблица 1

Результаты исследования качества красок для волос разных производителей

<i>Наименование</i>	Краска-гель для волос «GarnierColorIntense» золотисто-русый	Краска для волос «Estel Solo color» красная медь	Краска для волос «Florex» рубин	Краска для волос «Wella ton ореховый	Краска для волос «Impression plus» темно-русый	Краска для волос «Palette русый	Краска для волос «Londacolor» gold-orange
<i>Производитель</i>	Франция (Украина)	ТОВ «Юни-косметик»	ЗАТ «Супермаш» Украина	ТОВ «РОКОЛОП»	Болгария, «Ален Мак»	Словения, Хенкель	ЗАТ «Капела»
<i>Цена на 15.03.2015г</i>	56-00	88-00	37-00	72-00	50-00	95-00	68-00
Органолептические показатели							
<i>Внешний вид по нормативным документам (НД)</i>	Кремopодобная масса, не содержащая примесей			Сыпучий мелкодисперсный порошок		Кремopодобная масса, не содержащая примесей	
<i>Внешний вид фактический (факт.)</i>	Однородная густая жидкость			Соответствует		Однородная кремopодобная масса	
<i>Цвет по НД</i>	Свойственный изделию данного наименования						
<i>Цвет факт.</i>	Оранжевый	Бордовый	Коричневый	Жёлто-коричневый	Бежево-золотистый	Белый	Оранжевый
<i>Запах по НД</i>	Свойственный изделию данного наименования						
<i>Запах факт.</i>	Специфический						
Физико-химические показатели							
<i>pH по НД</i>	8,5-11,5	8,5-11,5	7,0-10,0	8,5-11,5	8,5-11,5	8,5-11,5	8,5-11,5
<i>pH факт.</i>	8,9	10,0	9,3	10,2	10,1	10,4	10,0
<i>Массовая доля воды и летучих веществ, % по НД</i>	-	-	3,0	-	-	-	80,0
<i>Массовая доля воды и летучих веществ, % факт.</i>	87,3	80,8	1,6	81,4	68,5	68,1	81,6
<i>Колористическая оценка</i>	Образец окрасился в золотисто-русый цвет	Образец окрасился в красно-коричневый цвет	Образец окрасился в рубиновый цвет	Образец окрасился в светло-ореховый цвет	Образец окрасился в темно-русый цвет	Образец окрасился в темно-русый цвет	Образец окрасился в светлый рыжеватозолотистый цвет
<i>Достоверность информации для потребителей</i>	отлично	отлично	отлично	отлично	отлично	отлично	удовлетворительно
<i>Общая оценка</i>	отлично	отлично	отлично	отлично	отлично	хорошо	удовлетворительно

Литература:

1. Коломієць Т.М. Товарознавство. Товари з пластичних мас та побутової хімії / Т.М. Коломієць. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 62 с.
2. Глушкова Т.Г. Товари культурно-побутового призначення: підручник / Т.Г. Глушкова. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004. – 550 с.
3. Справочник товароведа (непродовольственных товаров) в 3 т.-3-е изд. – М. : Экономика, 1988. – 330с.
4. Товарознавство господарських товарів : підруч. для студ. товарознав. спец. вищ. навч. закл. / Н.К. Кисляк, Т.М. Коломієць, В.М Кравченко, С.О. Сіренко. – К.: Книга. – 2004. – Т. 11. – 448 с.

Я.А.Попова, А.А.Лелявина
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г.Луганск

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НИТРИТА НАТРИЯ В ПРОИЗВОДСТВЕ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Современные технологии производства колбасных изделий предусматривают применение значительного количества пищевых добавок, среди которых химический препарат нитрит натрия. Нитрит натрия (Е 250) используется в пищевой промышленности как улучшитель цвета и консервант для мясных изделий. Поэтому изучение преимуществ и недостатков использования этой пищевой добавки в производстве колбасных изделий является актуальным.

Промышленное использование нитрита натрия началось еще в 1906 году, когда были обнаружены его положительные свойства при изготовлении мясных продуктов, и он был впервые одобрен в качестве пищевой добавки. Сейчас для получения нитрита натрия в промышленном производстве применяют реакцию взаимодействия соединений натрия с соединениями, содержащими нитрит-ион в водной среде. Полученный в ходе реакции осадок, выпаривают и охлаждают. Полученный белый порошок и является добавкой-консервантом Е250.

Нитрит натрия, как пищевая добавка, применяется в пищевой промышленности как антиокислитель, и как антибактериальный агент, препятствующий росту *Clostridium botulinum* - возбудителя ботулизма, тяжелой пищевой интоксикации, вызываемой ботулиническим токсином и характеризующейся поражением нервной системы. [1]

Бактериостатическое действие нитрита впервые установил Лейстнер, который определил, что использование дозы нитрита позволяет успешно замедлять развитие энтеробактерий в мясных продуктах. [2]

Вступая во взаимодействие с миоглобином (белком мяса) нитрит натрия придает колбасным изделиям характерный розоватый цвет, тем самым улучшая

качество готовой продукции. Если в колбасный фарш не добавлять раствор нитрита натрия, то после термообработки колбаса будет выглядеть серой и не съедобной. Таким образом, нитрит натрия способствует формированию специфического вкуса и аромата колбасных изделий.

Следует также отметить, что нитрит натрия – необходимое и естественное вещество в организме человека. Он не только защищает человеческий организм от бактериальных инфекций, но и обладает сосудорасширяющими, бронхолитическими свойствами, снимает спазмы.

Дозировка нитрита натрия зависит и от вида мяса, которое используется в производстве. Норма содержания нитрита натрия, согласно законодательству РФ, в готовой продукции – не больше 50 мг на 1000г, для детского питания – не более 30мг на 1кг. [3]

Ценные свойства нитрита натрия практически исключают возможность нахождения ему полноценной замены среди пищевых добавок и компонентов микробиологического и природного происхождения. Но вместе с преимуществами применения нитрита натрия в производстве колбасных изделий, существуют и свои недостатки. Главная опасность использования нитрита натрия в пищевых продуктах – возможность образования нитрозаминов, вызывающих онкологические заболевания.

Нитрит натрия весьма токсичное вещество. Смертельная доза для человека составляет от 2 до 6 грамм в зависимости от строения организма. Неправильное использование пищевой добавки E250 при производстве колбасных изделий может привести к серьезным отравлениям.

Таким образом, пищевая добавка нитрит натрия является важным компонентом производства колбас изделий, при котором формируется их качество. Но, учитывая недостатки этого вещества, возникает необходимость изготовления колбасных изделий строго в соответствии с санитарными нормами.

Литература:

1. Применение пищевых добавок в мясной отрасли.[Электронный ресурс]. - Режим доступа:<http://xreferat.ru/46/111-1-primenenie-pishevyh-dobavok-v-myasnoiy-otrasli.html>
2. Молоканова Л.В. Безнітритне виробництво ковбасних виробів: перспективи розвитку: монографія / Л.В.Молоканова, А.А.Кваасніков, О.О.Орешина, Я.А.Попова Донец.нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського.-Донецьк: Вид-во «Ноулідж»,2014. – 194 с.
- 3.Нитрит натрия.[Электронный ресурс].- Режим доступа:<http://meat-and-spices.com/index.php/spetsii/4-nitrit-natriya>

*Е.Г. Калько,
Луганский государственный колледж
экономики и торговли,
г. Луганск*

ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА БЕСФОСФАТНЫХ СТИРАЛЬНЫХ ПОРОШКОВ

Стиральные порошки – это самые востребованные порошкообразные синтетические моющие средства, предназначенные для стирки. Актуальность данной темы заключается в том, что современный рынок стиральных порошков очень разнообразен, но значительную часть составляют моющие средства на основе фосфатов и синтетических поверхностно-активных веществ (ПАВ), а гигиенически безопасных порошков, на натуральной основе значительно меньше. И поэтому исследование качества бесфосфатных стиральных порошков является весьма важным. Объектом исследования данной научно-исследовательской работы являются бесфосфатные стиральные порошки. Предметом исследования является определение качества бесфосфатных порошков, которые реализуются на рынке г. Луганска.

Прежде всего, стиральные порошки должны быть безопасными. Если производителем не выполнены обязательные требования по безопасности стиральных порошков, то они могут навредить здоровью потребителя не только при пользовании ими в процессе стирки, но и при последующем использовании выстиранных с их помощью вещей. Традиционные стиральные порошки содержат фосфаты. Их наличие служит для смягчения воды до уровня, который позволяет отстирать пятна любого вида. Для их выполаскивания из ткани, в наших стиральных машинах используется всего три цикла полоскания. Европейские производители поставлены в жесткие законодательные рамки, так как в большинстве стран Запада использование фосфатов при производстве моющих средств вообще запрещено. Фосфаты устраняют жесткость воды, усиливая тем самым действие ПАВ и повышая эффективность стирального порошка. Кроме этого, фосфаты обеспечивают мягкость тканей после стирки и защищают спираль стиральной машины от накипи. Учитывая перечисленные выше функции фосфатов, можно сказать, что они являются наиболее важными компонентами моющего средства. К сожалению, фосфаты обладают одним недостатком, вредят окружающей среде, попадая в естественные водоемы. Альтернатива фосфатам экологически безвредные цеолиты, но их нерастворимые в воде частички могут оставаться после стирки на ткани, делая ее грубой, или осаждаться в канализационных трубах, забивая их.

Основным показателем качества стиральных порошков является способность хорошо отстирывать загрязнения, что поддается строгим измерениям. Целью исследований было сравнение бесфосфатных стиральных порошков по результатам стирки (качеству удаления пятен).

Для проведения тестирования были приобретены следующие типы тканей: белая хлопчатобумажная (1); белая смесовая ткань (35% хлопок + 65% полиэстер) (2). Отрезы тканей были поделены на девять областей, в каждой из которых были нанесены следующие виды загрязнений: трава (1); кофе (2); губная помада (3); кровь (4); кетчуп (5); вино (6); сок яблочный (7); растительное масло (8); сливочное масло (9). Образцы тканей были промаркированы в соответствии с используемым стиральным порошком и типом ткани.

Для теста были приобретены следующие представители бесфосфатных стиральных порошков с машинным типом стирки:

Образец № 1 – Amely, 2 кг (производство Edelstar, Россия). Цена – 220грн.

Образец № 2 - Torsan Green Power, 1,5 кг (производство, Чехия). Цена– 76 грн.

Образец № 3 - Калинка, 1.215 кг (производство Бржецлав-Пошторна, Чешская республика). Цена – 80 грн.

Образец № 4 - EcoNordland, 1,8 кг (производство Лас Торес де Котилас, Испания). Цена – 200 грн.

Рабочие образцы тканей были оставлены на 7 суток для закрепления загрязнений. После мы произвели стирку рабочих образцов в соответствии с рекомендациями производителя для данного типа ткани. Режим стирки выбирается в соответствии с типом ткани. Стиральная машина барабанного типа. Температура стирки – 40 °С.

Температура стирки и дозировка, рекомендованная производителем, тестируемых СМС представлены в таблице 1.

Таблица 1

Температура стирки и дозировка тестируемых бесфосфатных порошков

Образец № 1	Образец № 2	Образец № 3	Образец № 4
40 °С, 185 мл стирального порошка на 5 кг сухого белья	40 °С, 210 мл стирального порошка на 5 кг сухого белья	40 °С, 135 мл стирального порошка на 5 кг сухого белья	40 °С, 100 г стирального порошка на 5 кг сухого белья

После проведения стирки и сушки, рабочих образцов, мы провели визуальное определение отстирываемости нанесенных загрязнений.

Результаты отстирываемости загрязнений были оценены по бальной системе: 5

«5» – загрязнение полностью отстирано;

«4» – нет пятна, но и нет однородности белизны ткани;

«3» – есть малозаметный след от загрязнения;

«2» – загрязнение не отстиралось.

Оценки тестирования бесфосфатных стиральных порошков отображены в таблице 2.

Результаты стирки (качество удаления пятен)

Типы тканей	Образец № 1		Образец № 2		Образец № 3		Образец № 4	
	1	2	1	2	1	2	1	2
Трава	5	5	4	5	3	4	3	3
Кофе	5	5	5	5	3	5	5	2
Губная помада	3	5	3	5	2	4	2	5
Кровь	5	5	5	5	5	5	5	5
Кетчуп	5	5	5	5	5	5	5	5
Вино	3	3	4	4	3	3	2	2
Сок яблоч.	5	5	5	5	5	5	5	5
Раст. масло	3	5	2	5	3	5	5	5
Слив.масло	5	5	5	5	5	5	5	5
Итого:	39	43	38	44	34	41	37	37

Итог подвести вы сможете сами. Результаты стирки показали, что с пятнами на смесовой ткани порошки справляются лучше, чем на х/б ткани. Оценивая соотношение "цена-качество стирки", наилучшие показатели у стирального порошка Torsan Green Power. Стиральный порошок Amely показал лучшие результаты по отстирываемости загрязнений, но стоимость стирки данным порошком самая высокая из протестированных образцов.

Литература

1. Передерий О.И. \Эффективность использования бесфосфатных и фосфатных средств для стирки / О.Передерий, А.Рудчик// Товароведный вестник. – 2011. – Выпуск 4. – с. 87-94.
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://www.grebenka.com/publ/poleznye_sovety/khozjainu_i_khozjajke/fosfatni_chi_bezfosfatni_pralni_poros_hki_vibir_za_vami/6-1-0-584 - Фосфатные или бесфосфатные стиральные порошки? Выбор за Вами!

И.С. Пивоварова, К.А. Калько
Луганский государственный колледж
экономики и торговли,
г. Луганск

БЕЗОПАСНОСТЬ УПАКОВКИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Проблема упаковки пищевых продуктов является настолько сложной, что возникла отдельная промышленность по ее производству, и в то же время и

специализированная техническая отрасль — упаковочная техника. Сложность этой проблемы иллюстрируется общими требованиями, которые относятся к упаковке, а именно: нетоксичность, совместимость с определенными продуктами; гигиена; хранение влаго- и жиросодержимого, газовых компонентов и запаха; светозащита; стойкость к ударам; прозрачность, стойкость к сжиманию; легкость открывания; доступ к продукту; способность повторно закрываться; ограничение размера, массы и формы; внешний вид и способность нести печатную информацию; экологичность.

Основным назначением упаковки является защита упакованных товаров от неблагоприятных внешних условий, а также предотвращение попадания части товаров или отдельных экземпляров в окружающую среду, что уменьшает количественные потери самих товаров, а также загрязнение окружающей среды. Упаковка выполняет также вспомогательную функцию — является носителем маркировки или яркого оформления товара и таким способом содействует созданию потребительских преимуществ. Упаковка — средство или комплекс средств, которые обеспечивают защиту товара от повреждений и потерь, а окружающая среда от загрязнения. Современная упаковка — обязательный компонент развитого промышленного и сельскохозяйственного производства. Состояние развития упаковки, ее качественная характеристика в известной мере отображают культуру производства в отдельных регионах и государствах. В настоящее время для упаковки применяют материалы: бумагу, картон, стекло, металл, разные полимерные материалы.

Универсального упаковочного материала не существует. В зависимости от продукта или изделия одно и то же свойство упаковки может быть полезным и вредным. Например, прозрачность упаковки в некоторых случаях необходима, чтоб визуально оценить или проконтролировать качество изделия или продукта, однако она нежелательная для продуктов, чувствительных к действию света (особенно в ультрафиолетовом диапазоне).

Общей тенденцией развития упаковки в последние десятилетия является снижение части традиционных упаковочных материалов (жесть, стекло, бумага) и существенное повышение роли полимерной и комбинированной тары.

Эксплуатационные свойства являются важной характеристикой современной упаковки. Она должна быть «удобной», «быстрой», «активной». Этими эпитетами указывают на ее технологичность, удобства во время использования в разных условиях, в т. ч. как посуды во время потребления пищевых продуктов.

Особенное значение имеет упаковка пищевых продуктов, которая делает возможной ее быстрое нагревание посредством микроволнового оборудования. Кроме того, в состав упаковки часто вводят высокодисперсные частицы алюминия, нержавеющей стали, сплавов в виде susceptоров, которые интенсифицируют микроволновое нагревание, что очень важно во время жарки или выпекания продуктов в упаковке посредством микроволн.

Современная упаковка пищевых продуктов становится активным составляющей продукции, а операция упаковки — составляющей современного

технологического процесса пищевых производств. Без соответствующей упаковки невозможны такие технологические процессы, как хранение пищевых продуктов в модифицированной среде, микроволновое нагревание, асептическое консервирование, сублимационная сушка, радиационная стерилизация и пастеризация.

Разнообразие полимерных пленок и комбинируемых материалов, применяемых для упаковки пищевых продуктов, определяется разными свойствами продуктов, назначением и конструкцией упаковок, а также компонентами, которые содержатся в продукте.

Самыми распространенными материалами для упаковки пищевых продуктов является целлофан, пленки с полиолефинов и поливинилхлорида.

На смену одноразовой упаковке постепенно приходит многоразовая. Так, упаковки типа «Тетра Пак», «Тетра Брик», «Брик Пак», «Комбиблок», «Пьюр Пак», «Тетра Топ» замещают бутылки из полиэтилентерефталата (ПЭТФ), которые используют для фасовки практически всех видов напитков. Отмечают их быстрое распространение для упаковки безалкогольных и смешанных напитков, а также пива. Существует мысль, что эти бутылки должны заменить металлические банки.

Полимерные материалы имеют существенные преимущества сравнительно с теми материалами, которые использовали до изобретения пластмасс. Они крепки, легки, влагонепроницаемы и чрезвычайно экономичны, предотвращают загрязнение продукции, но только в том случае, если сами не приводят к ее химическому загрязнению, опасному для здоровья человека.

Одним из источников загрязнения окружающей среды является упаковка. Она составляет более чем 40% всей массы бытового мусора. В странах Европы на лицо приходится до 150 кг отходов упаковки, в США — приблизительно 250 кг, а в небольшой густонаселенной Японии — почти 400 кг.

Качественный состав отходов упаковки разный. Полимерные отходы составляют из них 30%, прогнозируют, что скоро они достигнут в общей массе отходов упаковки не менее как 50%.

Согласно с Европейской упаковочной директивой, подлежит утилизировать не менее 60% упаковочных отходов (в настоящее время 50%). В то же время нужно достичь еще высших показателей относительно утилизации материала, что содержится в таких отходах (в настоящее время лишь 15%), в частности стекла — 60%, бумаги и картона — 60%, металла — 50%, синтетики (только из такой, из которой после утилизации можно произвести синтетический материал) — 22,5%, древесины — 15%. Такие показатели достигнуты сегодня лишь в Германии.

Экологическая сертификация направлена на стимулирование производителей к внедрению современных технологических процессов и выпуску таких товаров, которые минимально будут загрязнять окружающую среду. Принципы международной экологической сертификации были разработаны ISO Техническим комитетом ТК 207 «Управление окружающей средой».

Основная цель экологической маркировки для производителей является выделение среди групп однородной продукции такой продукции, которая на

всех стадиях жизненного цикла имеет меньшее действие на окружающую среду.

Литература:

1. Донченко Л. В. Безопасность пищевой продукции / Л. В. Донченко, В. Д. Надькта. — М.: Пищепромиздат, 2001.
2. Инновационные технологии в упаковочной отрасли // Переработка молока. — 2008. — № 1.
3. Козак А. Небезпечні упаковки / А. Козак // Харчова і переробна промисловість. — 2007. — № 1.
4. Печеная Л. Т. Упаковка для продуктов детского питания / Л. Т. Печеная, И. И. Олейникова // Переработка молока. — 2008. — № 1.

Х. РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА, ГОСТИНИЧНОГО И РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

*А. С. Колесникова
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск*

ИССЛЕДОВАНИЕ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ПРИЕМА НА РАБОТУ СОТРУДНИКОВ С РАЗЛИЧНЫМ ОПЫТОМ РАБОТЫ

На сегодняшний день интерес к вопросам управления человеческими ресурсами в условиях рыночной экономики достаточно высок. Успешную деятельность предприятия ресторанного хозяйства определяют люди, которые в нем работают, и вследствие этого в современной системе управления организацией отдельно рассматривается та сфера деятельности, которая связана с управлением человеческими ресурсами или персоналом.

Актуальность данного исследования связана с развитием ряда противоречивых тенденций в современной практике подбора персонала; изучении личностных качеств и мотивации человеческих ресурсов. Так, как во все времена отбор сотрудников старались проводить тщательно, поскольку качество человеческих ресурсов определяет возможности предприятия.

Целью данного научного исследования является изучение целесообразности приема на работу сотрудника с опытом работы и неквалифицированного работника; обнаружение положительных и отрицательных аспектов работы обеих категорий соискателей.

Практически каждый руководитель желает отыскать безупречного сотрудника, который будет все сам создавать и реализовывать, в то время как руководитель будет заниматься своими делами. Существует ли они? Ответить на этот вопрос довольно сложно. Но если таковые и существуют, то однозначно не спешат покидать свое место работы, так как зачастую, их там ценят и уважают.

Что же касается подбора персонала на ваше предприятие ресторанного хозяйства, стоит ли взять на работу квалифицированного сотрудника или лучше взять человека без опыта работы?

Для того, чтобы ответить на этот вопрос я устроила небольшой семинар, на который были приглашены студенты магистратуры, преподаватели и рестораторы, так как у этих людей есть опыт работы на предприятиях ресторанного хозяйства и необходимые знания для построения конструктивной характеристики профиля того или иного претендента на должность. Все участники семинара были разделены на две группы, и я им предложила составить качественную характеристику претендента с опытом работы и без него, описать возможные осложнения при работе с той или иной категорией

соискателей. И определить какой же тип претендентов целесообразнее принимать на работу.

После чего, сопоставив характеристики двух групп респондентов, я смогла выделить следующие положения, в отношении опытного претендента.

Обе группы подметили, что самое существенное преимущество квалифицированного работника заключается в том, что в него не нужно инвестировать средства, время и усилия. Он уже все умеет, осознает, и когда вы принимаете его на работу, он незамедлительно начинает приносить результаты.

Далее многие указывают на то, что сотрудник, обладающий навыками и знаниями в сфере ресторанного хозяйства, способствует внесению определенного положительного опыта, неких моделей с прежнего места работы, где он достиг определенных успехов, и для предприятия это также станет положительным инвестированием в развитие.

Но помимо положительных аспектов, были отмечены и отрицательные, которых, как оказалось, значительно больше.

Во-первых, опытный работник опытен во всем, в том числе и в том, как обмануть финансовую систему предприятия. Потому, что для совершения сего предприятия необходим опыт, и если у человека нет этого опыта, он вряд ли сможет совершить подобное.

Во-вторых, обе группы отметили, что если человек проработал на предприятии ресторанного хозяйства какое-то время, у него есть определенный опыт организации обслуживания, опыт выстраивания отношений с гостем, приготовления продукции ресторанного хозяйства. Но в то же время, мы не знаем какой это опыт: положительный или отрицательный. И в случае отрицательного опыта и попытки внедрения его в работу предприятия, последнее может потерпеть значительные убытки.

В-третьих, не стоит забывать, что у каждого предприятия своя корпоративная культура. И в случае, если у сотрудника уже сложилось определенное виденье, как и что нужно делать, сформировалось отношение к тому, как происходит процесс работы, как нужно выстраивать отношения и общаться, он будет действовать только по обозначенным в его сознании правилам и нормам. Прекрасно, если корпоративная культура одного предприятия совпадает с корпоративной культурой того заведения, откуда пришел этот претендент. Но подобное случается довольно редко. В случае несоответствия, сотрудника нужно переучивать, в некоторых случаях даже «переламывать». Издавна известно, что переучивать взрослого человека – довольно сложное, в некоторых случаях, даже бессмысленное занятие и многим приходилось с этим сталкиваться. И вместо того, чтобы работать, руководителю необходимо уверять, переубеждать и спорить.

Что же касается неопытного сотрудника, то участники семинара выделили следующие положительные аспекты.

Прежде всего, сотрудник без опыта стремится работать. Он чрезвычайно искренен в своем желании, потому, что ему необходим опыт. Следовательно, для получения новых навыков, полезных контактов и прочих нематериальных

благ, он будет честно работать. Естественно, этот сотрудник будет допускать ошибки, но все это окупится его безудержной энергией.

В следующем пункте обе группы участников дискуссии отметили, что неквалифицированный сотрудник еще довольно далек от профессионального выгорания. Практически любое поручение он выполнит с энтузиазмом и без лишних пререканий.

Вслед за тем, было сказано, что неопытные сотрудники смотрят на вещи свежим взглядом, лишены многих стереотипов, характерных для опытных работников, стремятся познать все новое, при этом активно используя и развивая недавно полученные знания. Вследствие этого, вполне вероятно, что он однажды одарит вас гениальной идеей.

Также специалисты без опыта работы, адекватно оценивающие свой уровень подготовки, не претендуют на высокий уровень зарплаты, что довольно важно для многих предприятий ресторанного хозяйства.

Помимо положительных сторон, чрезвычайно важно выделить и отрицательные.

Во-первых, стоит четко понимать, что неопытный сотрудник – это определенный риск для предприятия, ведь он может получить знания и опыт, а потом покинуть заведение. Поэтому такого сотрудника необходимо постоянно мотивировать, организовывать для него обучение.

Во-вторых, неопытного специалиста нужно учить использованию теории на практике, профессиональным тонкостям и нормам поведения, требуемым для выполнения трудовых функций, а на это уйдет определенное количество времени и наставник, и чем меньше знаний у сотрудника, тем больше наставнику будет необходимо отвлекаться от основного рабочего процесса, чтобы обучить его. За время, необходимое, чтобы неопытный сотрудник начал давать ощутимые результаты, работник со стажем может дать предприятию гораздо больше, допустив при этом меньшее количество ошибок.

Подытоживая все вышесказанное, можно сделать вывод о том, что не стоит пренебрегать теми соискателями, которые не имеют опыта работы. Это лишь поверхностный взгляд, из-за которого вы можете пропустить действительно ценные кадры. Несомненно, с приемом на работу неопытного специалиста гораздо больше хлопот, чем при приеме работника со стажем. Здесь есть определенные недостатки и риски. Если у предприятия нет возможностей обучать и воспитывать такого сотрудника, после трудоустройства заниматься его дальнейшим профессиональным развитием и карьерным ростом, вероятнее всего, получив какой-то опыт, сотрудник покинет заведение.

Для сотрудников, которые приходят с опытом работы, акцент смещается в сторону вхождения в корпоративную культуру и ознакомления с существующими стандартами предприятия. Здесь также существует риск в несоответствии взглядов двух сторон: руководителя, с его планами и мировосприятием, и сотрудника, с его многолетним опытом и сформировавшимися взглядами.

Квалификация не имеет такого принципиального значения, как трудовой потенциал претендента на работу. Следовательно, стоит уделять больше

времени изучению личностных качеств, мотивации будущего сотрудника. И если у такового имеется прикладной опыт, соответствующий стандартам вашего заведения, это может стать приятным дополнением к вышеуказанным качествам.

В перспективе развития данной темы, я планирую изучить методы и приемы подготовки персонала для предприятий ресторанного хозяйства, рассмотреть уже существующие программы и разработки как для обучения сотрудников без опыта работы, так и для переквалификации и повышения квалификации опытных сотрудников.

Литература:

1. Дружинин Е. Отбор персонала организации сквозь призму соционики // Управление персоналом. - 2003.- №10. – 12-21 с.

2. И. Б. Дуракова, О. А. Родин, С. М. Талтынов. Теория управления персоналом. Учеб. пособие. – Выпуск 3, Воронеж, 2004. С. 23.

3. Магура М.И. Поиск и отбор персонала.: -М.: ИНФРА-М, 2003. – 334 с.

К.В. Антоненко

*Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г.Луганск*

ИССЛЕДОВАНИЯ МИРОВОГО ОПЫТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСТОРИКО-АРХИТЕКТУРНЫХ СООРУЖЕНИЙ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА

Ресторанное хозяйство - это сфера человеческой деятельности, которая в последние годы стремительно развивается. Во всем цивилизованном мире ресторанное хозяйство является одним из наиболее распространенных видов малого бизнеса, поэтому между предприятиями постоянно ведется борьба за оптимальное позиционирование на рынке и наиболее перспективные его сегменты; а так же поиск новых клиентов и удержание постоянных.

Размещение предприятий ресторанного хозяйства связывают с общей пространственной структурой местности. Причем, таким образом, чтобы они дополняли систему предприятий городского значения и включались в общую архитектурно-пространственную структуру.

Привлечение клиентов предприятия ресторанного хозяйства зависит не только от работы персонала, но от личных предпочтений гостя. Важной задачей работы ресторатора сегодня является не только хорошо приготовленное и поданное блюдо, но и эксклюзивная идея, которая увлечет гостя. Для этого в ресторанах создают не только доброжелательное настроение, но и особую атмосферу, основанную на привлечении интереса гостя. Здесь нужно проявить неординарные подходы для того, чтобы вокруг ресторана царил необыкновенная атмосфера. Важным атрибутом любого ресторана являются

настоящие шедевры кулинарного искусства, выбор блюд включает традиции разных кухонь мира.

Привлечь гостя может несколько факторов: место расположения ресторана, дизайн интерьера и экстерьера, необычное меню, сувениры от ресторана, ценовая политика, особенности подачи блюд, уютная атмосфера, оригинальность, а так же заботливый и вежливый персонал. Но только в комплексе все эти составляющие обеспечат ресторану частое посещение потребителей и востребованность среди других заведений. Так же гостям интересна концепция ресторана «что подадут?» и «в чём подадут?», тематическая обстановка и подача помогают заинтересовать посетителей.

Целью нашего исследования является изучение мирового опыта использования историко-архитектурных сооружений для организации предприятий ресторанного хозяйства.

Нами были изучены несколько основных предприятий ресторанного хозяйства в историко-архитектурных сооружениях мира, такие как: «Ласточкино Гнездо» (г. Ялта), «Ужгородский Замок» (г. Ужгород), «Тюрьма» (г. Леньяно).

Историко-архитектурные сооружения - это сооружение архитектурных памятников всегда связанное с конкретными историческими событиями. Архитектурные памятники содержат ценную информацию историко-краеведческого и культурного характера.

В наше время стремительно развивается интерес к архитектурным сооружениям, которые несут историю местности. Значительное количество туристов и местных жителей приходят в рестораны, которые находятся в архитектурно-исторических сооружениях.

Туристов, которые посещают страну, может заинтересовать что-то новое, так историко-архитектурные сооружения стали оригинальным помещением для предприятия ресторанного хозяйства, в котором можно не только изысканно совместить прием пищи и употребление напитков, но и окунуться в мировую историю.

Первым примером такого размещения предприятия ресторанного хозяйства является АС «Ласточкино Гнездо», которое расположено в Республике Крым.

Памятник архитектуры и истории, расположен на отвесной 40-метровой Аврориной скале мыса Ай-Тодор. Строение напоминает средневековый рыцарский замок. Ласточкино гнездо стало своеобразной эмблемой Южного берега Крыма. В начале Первой мировой войны имение купил московский купец П. Шелапутин, который открыл в замке ресторан. В скором времени купец умер и ресторан закрылся. После реконструкции в 1970-х здесь работа ресторана возобновилась, и здание становится узнаваемым символом Крыма. После реставрации, в 2002 году строение вновь открылось для посещения. В нём располагается ресторан, а возле стен дворца работает большой рынок крымских сувениров.

В наше время это маленький уютный ресторан, живописный замок (вмещающий зал на первом и круглый кабинет на втором этаже) миниатюрен, поэтому помещения уютны, камерны, и посещение ресторана носит оттенок

эксклюзивности. Приятные эмоции подкрепляются блюдами итальянской кухни. Все просто, стильно и качественно. Попавшие в ресторан гости, могут полюбоваться росписью стен, старинным камином и, конечно же, — открывающимся отсюда прекрасным видом на море и горы. Для придания атмосферы средневековья звучит фоновая классическая музыка.

Еще одним примером ресторанного хозяйства, размещенного на территории историко-архитектурного сооружения является «Ужгородский Замок», который находится в Закарпатской области.

Ужгородский замок - одно из наиболее сохранившихся средневековых оборонных сооружений на территории Украины. Графский дворец-цитадель был окружен мощными стенами с пятью бастionsами и широким рвом. В роскошную резиденцию крепость была превращена в XVII в. графом М. Берчени. Сейчас в помещении размещены экспозиции Областного краеведческого музея: народного искусства, духовной культуры, этнографии, огнестрельного оружия и др. На территории открыт ресторан "Ужгородский замок" с летней площадкой над оборонным рвом, работает дегустационный зал закарпатских вин.

Интерьер ресторана аутентичен и поэтому уникален. Гости могут расположиться за уютным столиком в одном из двух небольших помещений. Всё внимание на себя обращает каминная решетка, на ней изображен герб Другетов — итальянского аристократического рода французского происхождения. Так же на стенах размещены портреты владельцев. С террасы открывается великолепный вид на каменные средневековые стены. Терраса меблирована столиками и креслами из лозы, изготовленными закарпатскими мастерами народного творчества. Стены террасы украшены картинами, изображающими фрагменты средневековой жизни. Все они выполнены закарпатскими художниками в старинной технике.

В Италии в городе Леньяно расположен тематический комплекс под названием «Тюрма», который тоже может служить примером размещения предприятия ресторанного хозяйства в историко-архитектурном сооружении.

В бывшей тюрьме города Леньяно около Милана работает ресторан Labilancia. Его владелец Франческо Марроне, предприниматель и ресторатор, купил здание бывшей тюрьмы, не работавшей с 1984 года. По словам Марроне, здание было отреставрировано, но некоторые детали, напоминающие о его первоначальном назначении, сохранили специально. При входе в тюрьму гости должны предъявить удостоверение личности, сдать мобильные телефоны и сумки, а также пройти сквозь металлодетектор. Так, на окнах здания оставили решетки, а на дверях — множество замков. Над входом в ресторан сохранилось изображение символа правосудия — весы (по-итальянски *labilancia*), в чью честь и назван ресторан. Интерьер оставили в тюремном стиле, в частности, были изготовлены нары, использующиеся вместо стульев, и «скамью подсудимых», на которой располагаются музыканты. Блюда в ресторане подаются в алюминиевой столовой посуде. Счета оформляются в виде протоколов с отпечатками пальцев, а гости, которые не могут сами добраться до дома, отвозят на милицейской машине с мигалкой. В меню ресторана есть чифирь.

Современность такого подхода к ресторанному хозяйству является актуальной, так как в историко-архитектурных сооружениях царит особая атмосфера, присутствует особая тематика интерьера и оригинальная подача блюд. Все эти компоненты способны привлечь и заинтересовать гостей.

Благодаря проведённым исследованиям можно судить, о том что посещаемость в предприятиях ресторанного хозяйства, которые находятся в историко-архитектурных сооружениях значительная, так как туристам интересно покорять новые вершины своих путешествий.

Целью дальнейшей исследовательской работы является поиск таких историко-архитектурных сооружений в Луганской области для организации современных и окупаемых предприятий ресторанного хозяйства.

Литература:

1. Роберт К. М. Управление рестораном: Юнити-Дана, 2009. - 518 с.
2. Кацерикова Н.В. Ресторанное дело: КемТИПП, 2010 . - 332с.
3. Костас...К. Учебник.ресторатора: проектирование, оборудование, дизайн, 2014. - 592с.
4. Граковский Ю. Ресторанное хозяйство // Вестник. – 2011. - №20 [Электронный ресурс]. – Режим доступа к журналу: <http://www.visnuk.com.ua/ru/pubs/id/2340>
5. Ресторанное дело [Электронный ресурс]. - Режим доступа к статье: http://studbooks.net/52895/turizm/predislovie_restorannoe_delo

XI. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ И ОБСЛУЖИВАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ

М.В. Вереина
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

ФРАНЧАЙЗИНГ И ЕГО СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ КИТАЯ

Китайская гостиничная индустрия за последнее десятилетие зарекомендовала себя как наиболее перспективная сфера экономики. Мировой гостиничный бизнес продолжает поддерживать идею того, что он должен пронести свой продукт через весь земной шар для получения прибыли. Через внедрение франчайзинга в гостиничную индустрию бизнес пытается реализовать эту идею. Франчайзинг (от англ. franchise – лицензия, привилегия) – это «аренда» товарного знака или коммерческого обозначения. Использование франшизы регулируется соглашением между франчайзером (тот, кто предоставляет франшизу) и франчайзи (тот, кто её получает) [2, с. 7].

Гостиничные ассоциации объединяют отели, придерживаясь установленных требований. Они требовательно проверяют следование своим моделям, не касаясь руководства отелем, однако, в случае выявления недопустимых нарушений корпоративных стандартов оставляют за собой право на исключение фирмы из франшизы. При соблюдении всех пунктов контракта отель приобретает известную торговую марку и проверенную положительную репутацию, а также систему продаж в маркетинге. Оплата услуг франчайзи образуется из оговоренного в контракте ежегодного платежа, вне зависимости от повседневных доходов гостиницы, а также комиссии за предоставляемый сервис. Имеется множество разновидностей совместной работы франчайзинговой сети и гостиницы, имеющие различные совместные договоренности. В особенности удачными считаются в мировом опыте франчайзинговые сделки по выдаче сертификата на право пользования торговой маркой и участие в системах реализации и маркетинга сети.

Недавно приобрело популярность соглашение, по которому плата за услуги оператора гостиницы складывается из членского взноса, отчислений на услуги маркетинга и налога за возможность использования каналов реализации.

В зависимости от типа коммерческой деятельности существуют такие виды франчайзинга:

- сбытовой, он используется для создания общей многопрофильной сети сбыта, деятельность которой находится под его постоянным контролем;

- товарный, предлагает особую возможность на изготовление или продажу товара, производимого франчайзером на установленной местности под его фирменной маркой;

- производственный, предусматривает предоставление полномочий на изготовление и продажу под фирменной маркой франчайзера продукции с применением патентных технологий производства, материалов, сырья или одного из компонентов продукции;

- франчайзинг бизнес-формат, который предполагает передачу франчайзером разработанной и проверенной экспериментальным путем совокупной системы ведения предпринимательской деятельности, в т.ч. бренда, стандарта ведения бизнеса [3].

Объединения гостиниц имеют отличительные особенности по предъявлению характерных условий к качеству услуг. С этой целью производится их систематическая сертификация, равно как и контроль эффективности хозяйствования.

Для вовлечения и поддержания числа постоянных клиентов, направленных на такое качество услуг, применяется система скидок. Интернет используется для объединения всех гостиниц цепи в общую систему бронирования, что обеспечивает их загрузку.

Большинство франчайзинговых гостиниц добилось успеха в Северной Америке. Сейчас они занимаются изучением рынка для дальнейшего его расширения, в особенности в Европе и Азии. На выставке «ChinaFranchise» в 2015 г. был составлен рейтинг франшиз КНР. В этом рейтинге гостиничный бизнес занимает 6 место. Регионы Юго-Восточной Азии по-прежнему привлекают множество владельцев франчайзингового бизнеса. Так, например в 2015 г. Hampton Hotels по итогам ежегодного рейтинга Franchise-500 занял призовое первое место [4].

Культуре гостеприимства в Hampton Hotels придают огромное значение и даже называют «Hamptonality». Именно поэтому организация занимает первенство по показателям Franchise-500 уже в четвертый раз в течение последних пяти лет. Вежливость обслуживания и культура гостеприимства предусматривается на всех уровнях. Безупречное качество оказываемых услуг и неповторимая среда гостеприимства сделали Hampton Hotels предприятием международного уровня. В прошлом году организация открыла новые гостиницы в Лондоне, России и Польше. В настоящее время сеть Hampton Hotels имеет в своем составе порядка 2000 отелей в 16 странах мира. Сеть стремится стать монополистами и в Китае, открыв 400 новых гостиниц в этой стране [4].

Однако, гостиничный франчайзинг в Европе и Азии не сработал на столько хорошо, как в Америке в связи с различием в традициях, поведении бизнеса, бизнес окружения, регулирования и ограничений, культурных особенностей и сложностей при проведении операций. Поскольку в Китае культура значительно отличается от других стран, сомнительно, что чисто американская, как и европейская система ведения бизнеса, сможет хорошо работать и даст корни развития в КНР. Примером может стать мультиуровневый маркетинг, как новая форма дистрибуции (продажа гостиничного продукта и бронирование гостиниц в других странах), который получил большой успех в других странах, но был запрещен в Китае, в связи с социальными проблемами, возникшими с этим типом бизнеса [1, с.21].

В тоже время, Гонконгская сеть гостиниц Shangri la, успешно внедрилась на европейские и американские рынки. После почти 20-ти лет изучения менеджмента по западным стандартам и адаптации на китайском рынке, китайские гостиничные менеджеры стали более чем когда-либо компетентными в управлении гостиницей. Но основным преимуществом для китайских менеджеров были не только навыки менеджмента, владение системой резервирования, а и знание брендов и их систем работы, что дало возможность конкурировать с ними. Выживание стало на первом месте. Альтернативой становится система бюджетных гостиниц, которые уступают американским в сервисе и менеджменте, но выигрывают по ценовой политике.

Таким образом, франчайзинг в КНР успешно развивается, адаптируясь и видоизменяясь на рынке гостиничных услуг. Он приобретает новые особенности, становится более конкурентоспособным и стремится к выходу на европейский рынок.

Литература:

1. Ерохин В.Л. Международное предпринимательство. / Ерохин В.Л., Иволга А. Г. : учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 392 с.
2. Кац Р.Б. Франчайзинг / Кац Р.Б, В.М. Колот.: построение предприятия, бухгалтерский учет, правовые аспекты.-М.: Современная экономика и право, «Гросс Медиа Ферлаг», 2010. – 70 с.
3. Морозов В. А. Франчайзинг в организации и управлении гостиничным бизнесом. [Электронный ресурс] // Туризм и гостиничное хозяйство. – 2004. – № 1(49). – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/8819/> – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 03.04.2016.
4. <http://topfranchise.ru/stati/10-samyh-perspektivnyh-franshiz-2015-goda/>

А.Ю. Горкун
Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г.Луганск

СФЕРИФИКАЦИЯ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ МЕТОД ПРИГОТОВЛЕНИЯ БЛЮД МОЛЕКУЛЯРНОЙ КУЛИНАРИИ

Актуальность проблемы. Молекулярная кухня – это современный подход рестораторов к организации работы заведений ресторанного бизнеса. Это особое направление в кулинарном искусстве, которое связано с изучением физико-химических свойств ингредиентов пищевых продуктов и методов их обработки. Из-под рук рестораторов высокотехнологичной молекулярной кухни выходят блюда особых форм и текстур, и, что особенно важно, неповторимого вкуса - как знакомого и привычного, так и инновационно-авангардного [4].

Внедрение таких подходов к приготовлению блюд позволяет разнообразить меню предприятия, увеличить количество гостей ресторана и средний чек предприятия. Также инновационный подход к приготовлению блюд, такой как молекулярная кулинария, позволяет организовать отдельные молекулярные рестораны со своей историей и культурой потребления.

Анализ исследования. Теоретическую основу исследования составили научные разработки опытных авторов, и известных на весь мир рестораторов, среди которых наиболее известны работы: Пересичный М. И.; Скурихин И. М.; Херв Тис; Николай Курти; Хестон Блюменталь; Ферран Адрия; Мишель Брас; Анатолий Комм.

Цель статьи заключается в изучение основных приемов, сырьевой базы и оборудования одного из методов молекулярной кулинарии, обоснование перспективности внедрения представленного направления в отечественных заведениях ресторанного хозяйства, а также установление пищевой ценности и общепринятых органолептических показателей качества для данного метода.

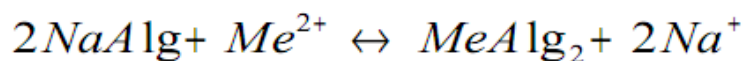
Изложение основного материала. Сферификация - одна из наиболее поражающих техник молекулярной кухни. Впервые ее применил испанский шеф-повар Ферран Адрия в своем ресторане El Bulli в 2003 году. Эта техника позволяет заключать жидкости и некоторые продукты в прозрачные сферические оболочки. Они могут свободно плавать в напитке или же подаваться как отдельные блюда и коктейли. До экспериментов знаменитого испанца никто и представить не мог что такое возможно за барной стойкой или на обычной кухне. Примером может служить мохито в виде огромного количества сфер с листочками мяты внутри. Или шарики с фруктовыми соками - это настоящий взрыв вкуса. Сферификацию называют самым «эффектным трюком», которым только может удивить ресторатор своих гостей.

Перспективность сферификации как метода молекулярной кулинарии в создании блюд с повышенным содержанием микронутриентов, способствуют укреплению здоровья человека. А в сочетании с презентацией вкусовых свойств, продуктов в нестандартном виде, подачей одновременно от 15 до 30 блюд маленькими порциями, высокой пищевой ценностью - это позволит активизировать все органы чувств человека и раскрыть ароматный букет блюда, который скрыт в каждом из избранных ингредиентов[1].

Использование данной технологии позволяет на стадии заготовки улучшать и обогащать вкус продукта, вводить специи, ароматизаторы, доводя его до высоких вкусовых стандартов. Таким образом, можно смело утверждать, что молекулярная кухня является образцом прогресса.

Процессом сферообразования можно управлять, благодаря эластичности желе, возможности ввести более плотный ингредиент (или не растворимый в основной жидкости – масло в воде) во внутрь сферы, так что он останется во взвешенном состоянии окруженный жидкостью, в результате можно получить несколько вкусов и текстур в одном ингредиенте.

Суть метода заключается в том, что это контролируемый процесс загущения жидкости с образованием сфер, основанный на реакции между хлоридом кальция и альгинат натрия. Реакция, вероятно, происходит по такой схеме:



где Alg - остатки альгиновых кислот.

Существуют два вида сферификации, а именно основная (или базовая) и обратная (или реверсная), каждая из которых имеет свои преимущества и недостатки, что делает их более пригодными для использования в тех или других технологиях ресторанной продукции.

Суть *базовой сферификации* заключается в том что вкусовой раствор с Альгинатом (0,5%) при погружении в кальциевую воду мгновенно желируется. Образуется железная оболочка на поверхности, в то время как внутри сфера остается жидкой. Существуют определенные требования к вкусовой жидкости: это должна быть водосодержащая основа, уровень pH не должен быть ниже 3,6, так как низкий уровень pH препятствует растворению Альгината, раствор не должен содержать большое количество свободного кальция, так как, слишком большое количество кальция зажелирует смесь до того, как сформируется сфера, сферы выкладываются только в кальцинированную воду, так как Альгинат желируется только в присутствии кальция.

Суть *обратной сферификации* заключается в том что вкусовой раствор с Глюконатом (0,5%) или насыщенный кальцием (йогурт, молоко) при погружении в альгинатную воду мгновенно желируется. Образуется железная оболочка на поверхности, в то время как внутри сфера остается жидкой. Для реализации технологии необходимо приготовить вкусовую основу желаемой консистенции, потом добавить 2% от веса основы текстуры Глюконат, перемешать или взбить до растворения Глюконата, используется Глюконат, потому что он не изменяет вкус основного продукта, затем отмерить необходимое количество воды и Альгината для создания 0,5% раствора (5гр Альгината на 1л воды) [5].

Основными текстурами, применяемыми для сферификации являются:

Альгинат. Натуральный продукт извлеченный из бурых водорослей (ламинария, фукуса и многих других) которые растут в холодных водах регионов Ирландии, Шотландии, Северной и Южной Америки, Австралии, Новой Зеландии, Южной Африки и других.

Кальцик. Этот компонент кальциевой соли традиционно используется в пищевой индустрии, в производстве сыра. Кальцик играет важную роль в реакции с Алгинатом приводя к реакции желеобразования и как следствие - сферификации. Это идеальный реагент при его высокой степени растворимости в воде и значительным содержанием кальция, обладающий большим потенциалом для производства сфер.

Глюконат. Глюконат состоит из смеси двух кальцийсодержащих солей, которые позволяют нам получить продукт богатый на кальций и идеально подходящий для техники обратной сферификации. При добавлении его в пищу, он не придает ей какого-либо дополнительного вкуса. В пищевой промышленности кальция глюконолактат используется для обогащения различных пищевых продуктов кальцием. Глюконат был специально выбран за его свойства в процессах сферификации. Чтобы избежать трудностей при

растворении Глюконат, лучше добавлять его перед любым другим порошкообразным продуктом.

Цитрат.Продукт, полученный в основном из цитрусовых, он обычно используется в пищевой промышленности для предотвращения затемнения нарезанных фруктов и овощей. Он обладает свойством снижения кислотности продуктов и используется для достижения сферификации продуктов с высокой кислотностью.

Ксантан.Из отряда загустителей Ксантан, новый компонент, который способен загущать кухонные смеси при минимальных количествах его использования и без искажения вкусовых характеристик. Ксантан является очень сильным загустителем, чье действие совершенно не зависит от присутствия кислот, солей, нагрева и механического воздействия [2].

Для реализации техник сферификации используется следующий инвентарь и оборудование: весы молекулярные, рН метр, ручной блендер, полусферические ложки, силиконовая полусферическая форма, шприц для молекулярной кухни, мульти пипетка, посуда Дьюара, хербофилтры.

Среди существующих видов сферификации для практического исследования нами был выбран метод основной сферификации. Мы выбрали данный метод, потому что он не требует значительных финансовых расходов, по сравнению с другими методами молекулярной кулинарии.

Основная сферификации идеально подходит для получения сфер с очень тонкой мембраной, которая почти не чувствуется при употреблении. И чем тоньше мембрана, тем лучше вкусовые свойства. Основной проблемой этого метода является то, что когда сфера удаляется из кальциевой ванны, процесс гелеобразования длится, даже после промывки сферы водой. Это значит, что сферы необходимо подавать к столу сразу, потому что со временем они превращаются в компактный шарик геля без жидкости внутри.

Во время практической реализации избранного метода нами были созданы следующие блюда:

- блюдо № 1 – Овощная поляна;
- блюдо № 2 – Сливочные грибочки.
- блюдо № 3 – Витаминный взрыв;

В состав блюда № 1 входят: горошек зеленый консервированный, свежие шампиньоны, лук и бульон, для подачи используется цветная капуста, кусочек томата и горох консервированный. В состав блюда № 2 входят: шампиньоны свежие, сливки 20 %, фасоль, лук, бульон, подается с корочкой поджаренного хлеба и украшается зеленью. Блюдо № 3 состоит из таких ингредиентов: тыква, морковь и яблоки, а также несколько кусочков сладких сухарей для подачи.

Нами было изучено содержание питательных веществ в разработанных блюдах и сравнение их количество с суточной потребностью.

Блюдо № 1 имеет повышенное содержание пищевых волокон, Na, K, P, Fe, которые удовлетворяют суточную потребность более, чем на 10%. И низкая энергетическая ценность (133,3ккал) свидетельствуют о том, что данное блюдо можно считать диетическим.

Блюдо № 2 является ценным источником β - каротина, витаминов Na и C, пищевых волокон. Следует отметить, что пищевая ценность определяется не только химическим составом ингредиентов, но и присутствием пищевой добавки альгината натрия, которая была использована для загущения пюре. Известно, что альгинат натрия является источником пищевых волокон (77,2 / 100г добавки), которые улучшают перистальтику кишечника. Блюдо будет дополнять привычный рацион питания потребителя данными микронутриентами. Низкая энергетическая ценность (34,7 ккал) свидетельствует также о том, что блюдо можно считать диетическим.

Блюдо № 3 является ценным источником пищевых волокон, минеральных веществ (K, P, Fe) и витаминов B2, PP. Также низкое количество жиров и углеводов, энергетическая ценность (48,7 ккал) свидетельствуют о том, что блюдо является диетическим [3].

Нами были определены основные требования к органолептическим показателям разработанных блюд, которые представлены ниже.

Внешний вид: небольшая округлая сфера (капсула), однородной расцветки, присущее основному продукту с гладкой эластичной поверхностью.

Консистенция: капсула с тонкой внешней пленкой (мембраной), которая разрушается при взаимодействии со слюной во рту потребителя, жидкая внутри.

Цвет: свойственный входящим в состав ингредиентам.

Вкус: свойственный ингредиентам сферы, без дополнительного привкуса пищевых добавок (альгинату натрия и хлорида кальция)

Запах: без характерного запаха, что связано с наличием мембраны на поверхности блюда.

Представленный материал по характеристикам метода сферификации позволяет выявить возможности внедрения инновационных методов приготовления блюд в действующие предприятия ресторанного хозяйства а именно «J.Casanova». Метод основной сферификации позволяет разработать блюда без значительных расходов на приобретения дорогостоящего инвентаря и оборудования. Разработанные блюда помогут разнообразить меню, повысить пищевую ценность блюд меню предприятия, привлечь больше клиентов благодаря инновационному подходу при приготовлении блюд.

Литература

1. Коршунова Г. Ф. Сферификация как перспективный метод производства пищевых продуктов / Г. Ф. Коршунова, О. И. Коротких // Оборудование и технологии пищевых производств: темат. СБ наук . пр. 2011 . Вип. 27 . С. 184 – 189.

2. Нечаев А.П. [и др.]. Пищевая химия / под редактора А.П. Нечаева. СПб.: ГИОРД. - 2001. 592 с.

3. Скурихин И. М. Химический состав пищевых продуктов. Справочник / редакторши Скурихин И. М. М.: Агропромиздат, - 1987. 600 с.

4. Источник интернет: <http://kak.znate.ru/docs/index-26114.html>

5. Источник интернет: <http://chefs-academy.com/sferifikatsiya-oglavlenie>.

Э. П. Савина, Д.И. Попенко
Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г.Луганск

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Корпоративная культура формирует не только внешнее восприятие предприятия, создает его имидж, но и играет важную роль в решении задач, которые связаны с социальным управлением, определяет динамизм производственных процессов, адаптивность к инновациям и поддерживает реализацию стратегических решений (планов). Именно благодаря корпоративной культуре предприятие становится одним целым – семьей, каждый сотрудник предпринимает только те действия, которые служат ее благополучию. Полная идентификация сотрудника с предприятием означает, что он не только осознает идеалы предприятия, четко соблюдает правила и нормы поведения, но и внутренне полностью принимает корпоративные ценности.

В этом случае культурные ценности предприятия становятся индивидуальными ценностями сотрудника, занимая прочное место в системе мотивации его поведения.

Диагностика корпоративной культуры позволяет классифицировать уровень и эффективность трудовых отношений на предприятии, оценить стимулы персонала к творческой деятельности и нацеленности на реализацию стратегии предприятия, степень восприятия и поддержку инновационных управленческих решений. В виду этого актуальными становятся вопросы совершенствования действующей на предприятии корпоративной культуры.

Особое внимание изучению вопроса корпоративной культуры и ее влияния на эффективность деятельности предприятия в своих работах уделили следующие авторы, такие как: Элвессон М., Фрезе Э., Тойфсен Л., Ким Камерон и Роберт Куинн.

Корпоративная культура представляет собой совокупность моделей поведения, которые приобретены предприятием в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, проявившие свою эффективность и разделяемые большинством членами.

Корпоративная культура как небольшого предприятия, так и транснационального холдинга определяется набором следующих факторов[1, с. 56]:

- национальной культурой и менталитетом;
- сектором экономики, типом производства;
- уровнем экономического, социально-политического и культурного развития региона, в котором расположено конкретное предприятие.

В качестве компонентов корпоративной культуры выступают:

- принятая система лидерства;
- стили разрешения конфликтов;
- действующая система коммуникации;
- положение индивида на предприятии;
- принятая символика: лозунги, организационные табу, ритуалы.

Прежде чем декларировать принципы корпоративной культуры, необходимо сформулировать философию предприятия, которая должна включать:

- предпосылки создания и смысл существования;
- общественный статус;
- характер взаимоотношений с внешней средой и внутри предприятия.

Именно философия позволяет увидеть тот идеал, к которому должно стремиться предприятие, определяя долгосрочные перспективы своего развития. Свое отражение философия находит в миссии, которая в качестве глобальной стратегической цели четко определяет приоритеты предприятия.

Миссия – это утверждение, раскрывающее смысл существования предприятия, в котором проявляется отличие данного предприятия от ему подобных.

Миссия способствует объединению сотрудников и обычно декларирует цели предприятия и способы их достижения, концепцию управления, область деятельности, принципы взаимоотношений с партнерами, клиентами, обществом в целом, а также роль работников в осуществлении стратегии развития предприятия.

Философия и миссия предприятия предполагают необходимость так называемой системы организационных (корпоративных) ценностей, которые обычно существуют в виде правил поведения и традиций, определяющих этику поведения сотрудников и социально психологический климат в коллективе. Нормы и правила поведения, отраженные во внутренних документах, формируют модель поведения сотрудников в различных ситуациях.

В качестве обязательных признаков корпоративной культуры следует выделить следующие [2, с. 32]:

- корпоративные ценности предприятия разделяют большинство его сотрудников;
- элементы корпоративной культуры соответствуют стратегическим целям предприятия;
- личные стремления сотрудников совпадают с общей стратегией предприятия;
- соблюдаются внутренние правила поведения с партнерами, поставщиками, потребителями услуг предприятия;
- нормы корпоративного поведения добровольно соблюдаются большинством работников;
- эффективность рабочих процессов при поддержании благоприятного социально-психологического климата;
- наличие системы мотивации и стимулирования персонала;

- принятие на всех уровнях управления решений с учетом принципов корпоративной культуры;
- наличие традиций, поддерживающих корпоративную культуру;
- высокая степень лояльности работников предприятия и корпоративная солидарность.

Предприятия с выраженной, сложившейся корпоративной культурой значительно эффективнее в использовании человеческих ресурсов. Корпоративная культура представляет собой одно из самых эффективных средств привлечения и мотивации сотрудников. Как только человек удовлетворяет потребности первого уровня (исключительно материальные), у него возникают потребности другого характера: в достойном положении в коллективе, признании, самореализации и т.п. И здесь на первый план выходит корпоративная культура, одной из важных функций которой является поддержка каждого члена коллектива, раскрытие его индивидуальности, талантов.

Особенности корпоративной культуры часто определяются сферой деятельности (отраслью функционирования предприятия). Например, в финансовой сфере корпоративная культура более определена, строга, поведение сотрудников четко расписано, стиль общения – более формальный. Корпоративная культура в сфере услуг – весьма разнообразна, самобытна: как правило – она менее определена, допускает больше вариантов в поведении, общении, стиль общения менее формален, более демократичен; приветствуется энергичность, общительность, коммуникабельность.

Каждое предприятие, любой численности, формы собственности, длительности существования обладает своей уникальной корпоративной культурой, даже если никто не занимается целенаправленным ее развитием и управлением. Корпоративная культура превращается в средство управления стратегической важности особенно если:

- предприятие имеет филиалы, или несколько удаленных друг от друга подразделений;
- предприятие состоит из подразделений с различной субкультурой, которая определяется объективными технологическими особенностями бизнес-процесса каждого подразделения;
- предприятие достаточно быстро растет, увеличивается количество новых сотрудников;
- предприятие стоит на пороге целенаправленных организационных изменений.

В зависимости от степени и характера влияния на конечные результаты деятельности предприятия принято выделять позитивные и негативные корпоративные культуры. Позитивная корпоративная культура должна способствовать:

- повышению эффективности работы;
- оптимизации всех производственных процессов, непрерывному развитию самого предприятия и его персонала;

– формированию комфортных условий и дружелюбной атмосферы в коллективе;

– повышению общественной значимости и статуса предприятия в соответствующей сфере деятельности.

Негативная же корпоративная культура, наоборот, препятствует нормальному функционированию предприятия и выполнению его миссии.

Управление корпоративной культурой представляет собой сознательное, систематическое целенаправленное изменение культуры предприятия с целью повышения мотивации, лояльности и приверженности его персонала, ориентация поведения сотрудников на достижение стратегических целей предприятия [3, с. 77].

Следует выделить следующие первичные механизмы передачи корпоративной культуры:

- выделение объектов внимания, оценки и контроля руководителя;
- критерии распределения поощрений и вознаграждений;
- намеренное создание образцов для подражания;
- стратегии разрешения критических ситуаций и кризисов на предприятии;
- критерии отбора при приеме на работу, повышении в должности и увольнении.

Говоря о вторичных механизмах введения в корпоративную культуру представлений и идей ее создателей и руководителей относятся:

- композиция и структура предприятия;
- системы и принципы деятельности предприятия;
- дизайн внутренних помещений, фасада и строений в целом;
- истории, рассказы, легенды и мифы о наиболее важных событиях и людях предприятия;
- официальные заявления и документы, декларирующие кредо предприятия, его философию и идеологию.

Данные механизмы вторичны лишь потому, что они находятся в зависимости от первичных. В том случае если первые не противоречат последним, то вторичные механизмы способствуют формированию организационной идеологии и формализуют многое из того, что было неформально усвоено ранее. Если же вторичные механизмы противоречат первичным, то они либо будут игнорироваться, либо станут источником внутреннего конфликта.

Предприятие, которому удалось заразить персонал своими целями и пробудить в работниках гордость за свое предприятие, получает коллектив, который готов достойно встретить и преодолеть любые трудности.

Сотрудники, действительно приверженные предприятию, стремятся делать все возможное для его процветания, поскольку успехи и неудачи предприятия переживаются ими как личные победы или поражения, т.е. не рассматривают себя отдельно от предприятия.

Приверженность предприятию представляет собой положительное отношение сотрудников к предприятию, на котором они работают, его

руководству, коллективу, содержанию и условиям труда, материальному вознаграждению и др.

Приверженность работников своему предприятию является психологическим состоянием, которое определяет ожидания, установки работников, особенности их рабочего поведения и то, как они воспринимают предприятие в целом. Приверженность предприятию предполагает [2, с. 43]:

- идентификацию – гордость предприятием;
- вовлеченность – желание прилагать личные усилия, вносить собственный вклад как член предприятия для достижения его целей;
- лояльность – эмоциональная привязанность к своему предприятию.

Лояльность и приверженность персонала предприятию являются значимым конкурентным преимуществом, которое целесообразно постоянно развивать и поддерживать.

Отличительными особенностями приверженных сотрудников предприятия ресторанного хозяйства в результате разработки корпоративных мероприятий по формированию лояльности сотрудников станет:

- более высокий уровень уважения к себе и другим;
- готовность принимать все новое и изменения без паники и сопротивления;
- способность учитывать интересы других людей и не ограничиваться рамками решаемой задачи;
- стремление к достижению наилучшего результата, большая ориентация на цели, чем на средства их достижения;
- умение полагаться на собственное мнение, сопротивляемость влиянию пропаганды и манипуляциям;
- стремление к профессиональному росту.

Сотрудники – основной капитал предприятия – бизнес делают люди, в нем работающие. Высокая квалификация сотрудников предприятия, творческий подход к выполнению работы и четкая ее организация – это главное, что предприятие предлагает своим клиентам.

Деятельность любого предприятия включает в себя постоянный систематический анализ и оценку эффективности использования ресурсов, в том числе эффективность функционирования системы управления человеческими ресурсами – персоналом, как самым сложно управляемым видом ресурсов. Эффективность управления персоналом – это достижение организационных и индивидуальных целей при минимальных издержках.

Опора на принципы корпоративной культуры благотворно влияет на развитие предприятия исключительно в том случае, если сотрудники принимают все ее принципы. Причем немаловажную роль в этом играют обучение, развитие, адаптация и социализация персонала. Вкладывая в нового

сотрудника ценности, принципы и стандарты предприятия, тем самым оказывается влияние на модель его поведения и результаты деятельности, а также, на эффективность предприятия в целом.

Список используемых источников и литературы

1. Розаренова Т.В. Основы управления персоналом [Текст]: учебное пособие / Т.В. Розаренова. – М.: ГАСБУ, 2011. – 328 с.
2. Тощенко Ж.Т. Новый взгляд на понятие «корпоративная культура» / Ж.Т. Тощенко, Н.Н. Могутнова. – М.: Социс, 2005. – 240 с.
3. Чижов Н.А. Управление корпоративными кадрами / Н.А. Чижов. – СПб.: Питер, 2005. – 352 с.

Э. П. Савина
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЦИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА

Ресторанный бизнес выступает неотъемлемой частью системы мирового бизнеса. На современном этапе в его развитии основную роль играет персонал, от работы которого зависят прибыль, престиж и известность предприятия.

Анализ современного состояния человеческих ресурсов предприятий ресторанного хозяйства выявляет первостепенные проблемы оценки, рационального использования и эффективного их воспроизводства. Актуальной становится задача разработки таких технологий управления персоналом, которые, отталкиваясь от мирового опыта менеджмента, учитывали бы специфику и особенности деятельности предприятий ресторанного хозяйства, а также являлись практически осуществимыми.

Проблемой исследования системы управления персоналом, а также ее рациональной организации занимались отечественные и зарубежные ученые в сфере маркетинга, менеджмента, микроэкономики, статистики, экономического анализа – Фатхутдинова Р.А., Смирнова Э.А., Трояновский В.М., Мащенко В.Е., Литвак Б., Кабушкина Н.И., Вертакова Ю., Батрик Р. и т.д.

Целью данной статьи является исследование основных направлений эффективного управления персоналом на предприятиях ресторанного хозяйства.

Огромная роль в управлении предприятием, в реализации его целей, независимо от отрасли, размера, формы собственности, принадлежит человеческому фактору.

Человеческий фактор представляет собой систему физиологических, психологических, социально-психологических свойств и возможностей человека, которые проявляются при взаимодействии между людьми, с организацией и орудиями труда и которые оказывают существенное влияние на эффективность общественного труда.

Человеческий фактор – исторически сложившаяся в обществе совокупность основных социальных качеств людей, таких как:

- нравственные принципы – система ценностей, которая закрепляет через нравственный опыт моральные обязанности человека;
- ценностные ориентиры – компонент направленности личности; разделяемые и внутренне принятые ею ценности; предрасположенность к восприятию условий жизни и деятельности в их субъективной значимости;
- нормы поведения в сфере труда, досуга, потребления;
- жизненные планы;
- уровень знаний и информированности;
- характер трудовых и социальных навыков;
- установки и представления о лично значимых элементах социальной жизни: о социальной справедливости, о правах и свободах человека, о гражданском долге и т.д.

Любое предприятие, как система, в том числе и предприятие ресторанного хозяйства, состоит из набора обязательных элементов:

- субъект управления (управляющего);
- объект управления (управляемого);
- прямая связь между субъектом и объектом управления;
- распорядительная информация;
- обратная связь (исполнительная информация).

Совокупность приведенных элементов составляет систему управления, а ее элементы находятся между собой во взаимодействии и взаимосвязи.

Процесс управления – это процесс воздействия субъекта управления на его объект с целью достижения желаемых результатов (установленных целей).

В настоящее время управление выступает в роли определенного типа взаимодействия, существующего между двумя субъектами, один из которых – субъект управления, а второй – объект управления.

Приведенное взаимодействие характеризуется следующими основными моментами – субъект управления направляет объекту управления импульсы воздействия, которые содержат в себе явную или косвенную информацию относительно того, как должен функционировать в дальнейшем объект управления – регламентируются именно те аспекты функционирования объекта управления, которые входят в сферу управленческого воздействия субъекта управления.

Говорить о существовании управленческой связи между двумя субъектами, т.е. управленческого взаимодействия, возможно лишь в том случае, если между этими субъектами осуществляются отношения управления.

В основе управления лежат следующие потребности и возможности:

- субъекта управления – управлять;
- объекта управления – выполнять управленческие команды (приказы).

Данные условия являются необходимыми и достаточными для того, чтобы субъект управления осуществлял управление объектом управления. Часто условия осуществления управления сводятся только к условиям осуществления управленческой деятельности субъектом управления.

Потребность управлять отражает определенные внутренние потребности субъекта управления и выступает тем самым по отношению к ним средством удовлетворения. Поэтому его управленческая деятельность приобретает определенную направленность в зависимости от того, какие именно мотивы побуждают субъект управления к руководству – какие цели он при этом преследует.

Именно в том случае, когда цели управления совпадают с целями, преследуемыми субъектом управления, последний будет ориентирован на более эффективное управление.

Для того чтобы это существовало, необходимо соблюдение двух обязательных условий:

I. субъект управления не должен иметь возможности достижения своих целей за счет управленческой деятельности в независимости от достижения целей управления;

II. степень достижения субъектом управления своих целей за счет управленческой деятельности должна находиться в прямой зависимости от степени достижения целей управления.

Полная привязка потребности субъекта управления управлять к результатам функционирования объекта управления проявляется в том случае, когда субъектом управления является субъект собственности. Если субъектом управления является не собственник, а исполнитель, призванный реализовывать функцию управления, тогда потребность управлять у субъекта управления объективно не связана непосредственно со стремлением получить наилучший конечный результат.

Управление лимитируется и задается характеристиками, состоянием потребности субъекта управления управлять и наличием у субъекта управления возможности осуществлять управление. Принято различать две стороны данной возможности[1, с.38]:

– первая связана с организационно-техническими аспектами управления. Имеются в виду наличие у работников системы управления, необходимых каналов связи и передачи информации, доступность необходимой техники управления и т.п. Это все исключительно важные условия, определяющие возможность субъекта управления осуществлять управление. Однако каждое из этих условий скорее определяет уровень эффективности осуществления управленческих процедур и качество управленческого труда, чем принципиальную возможность или невозможность субъекта управления осуществлять управление;

– вторая сторона–наличие у субъекта управления рычагов воздействия на объект управления, с помощью которых можно побуждать его выполнять управленческие команды.

Развитие персонала для каждого предприятия является существенным элементом его производственной деятельности. Развитие системы управления персоналом отражает целевую и функциональную характеристики управления персоналом.

Сущность процесса развития системы управления персоналом выражается в овладении персоналом необходимыми знаниями, умениями и навыками, которые ориентируют предприятие на потребителя и создают основу для конкурентоспособности и устойчивости предприятия.

Эффективность рационального управления персоналом достигается приведением в полное соответствие с требованиями рынка существующих на предприятии целей, форм, методов, процедур работы с персоналом, изменением целей, функций и задач, а также структур и служб предприятия, но главное отличие управления персоналом заключено в использовании потенциала личности работника, потенциала команды и целостного социально-корпоративного потенциала.

Управление персоналом начинается со стратегических целей и задач предприятия. В качестве основных требований к ним следует привести следующие:

- основание – общественное развитие;
- учет потребностей и приоритетов всех групп населения.

Все элементы процесса управления человеческими ресурсами определяют цели и задачи:

- содержание, формы и методы деятельности работников на предприятиях;
- обеспечение полноты управленческих решений;
- постоянная ориентация персонала на такую деятельность, которая целостно бы влияла на социально-экономические результаты.

Современная концепция эффективного управления выдвигает в качестве приоритетов: сохранение, кооперацию, качество, партнерство, интеграцию. В центре стратегической концепции управления персоналом находится человек, так как именно человек является наивысшей ценностью для любого предприятия.

Целевой задачей процесса управления является изучение влияния индивидуального и группового поведения на общее функционирование предприятия.

Методы построения системы управления персоналом представляют собой выработанный наукой и практикой инструментарий изучения состояния действующей системы управления персоналом, проектирования, обоснования и реализации новой системы.

Процесс управления включает в себя совокупность отдельных видов деятельности, направленных на упорядочение и координацию функционирования и развития предприятия и его элементов в интересах

достижения стоящих перед ним целей. Данный процесс решает две основные задачи:

1) тактическая задача. Данная задача состоит в поддержании устойчивости, гармоничности взаимодействия и работоспособности всех элементов объекта управления;

2) стратегическая же задача обеспечивает его развитие и совершенствование, перевод в качественно и количественно новое состояние.

В самом общем виде управление целесообразно рассматривать как определенный тип взаимодействия, осуществляемого между двумя субъектами, один из которых находится в позиции субъекта управления, а второй – в позиции объекта управления. Данное взаимодействие характеризуется следующими моментами [2, с. 23]:

– субъект управления направляет объекту управления импульсы воздействия, содержащие в себе в явном или косвенном виде информацию относительно того, как должен функционировать в дальнейшем объект управления – управленческие команды;

– объект управления получает управленческие команды и функционирует в соответствии с содержанием данных команд (импульсов).

Об управленческом взаимодействии следует говорить как о реально существующем только в случае, если объект управления выполняет команды субъекта управления. Соответственно, только тогда можно говорить и о том, что осуществляется управление.

Для того чтобы между двумя субъектами существовала управленческая связь и соответственно осуществлялось управленческое взаимодействие, необходимо, чтобы между этими субъектами существовали отношения, возникающие в процессе управления.

Сущность данных отношений заключается в том, что они являются основой возможности осуществления управления – дают возможность вырабатывать управленческие команды и готовность эти команды выполнять.

Для управления наиболее принципиальными являются два типа отношений [3, с. 38]:

– отношения, возникающие при разделении и кооперации труда в процессе совместной трудовой деятельности ассоциированных собственников;

– отношения найма – возмездные отношения, которые возникают между собственниками и пользователями средств производства.

В настоящее время в мировой практике управления разработан и широко применяется достаточно широкий спектр средств стимулирования, которые отвечают данным требованиям. Следует отметить, что не существует универсальных средств, которые могут давать эффективные результаты во всех случаях жизни. Ввиду этого формирование механизма мотивирования должно строиться преимущественно на ситуационной основе.

Список используемых источников и литературы

1. Добровинский А.П. Управление персоналом в организации. [Текст]: учебное пособие / А.П. Добровинский. – М.: Томск: ТПУ, 2011. – 416 с.

2. Кабушкина Н.И. Основы менеджмента / Учебное пособие. – М.: «Новое знание», 2009. – 336 с.

3. Розаренова Т.В. Основы управления персоналом [Текст]: учебное пособие / Т.В. Розаренова. – М.: ГАСБУ, 2011. – 328 с.

А.С. Сегоднина, И.Е. Чербанич
Луганский государственный
имени Тараса Шевченко
г. Луганск

ПОНЯТИЕ, ФАКТОРЫ И СТРАТЕГИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Актуальность проблемы повышения конкурентоспособности определяется следующими причинами: усилением конкурентной борьбы на рынках, изменением государственной политики, ростом потребностей потенциальных покупателей (клиентов).

Предприятие в процессе своего функционирования, независимо от отрасли функционирования может строить свое управление, основываясь на различных концепциях:

- финансовой – просчитывается наиболее оптимальные сферы расходов и инвестиций;
- конкурентной – конкуренты любыми способами вытесняются с рынка;
- товарной – улучшение качественных показателей продукции и других.

Однако, следует отметить, в настоящее время к наибольшему эффекту в управлении приводит именно маркетинговая концепция, которая ориентированна на выяснение и удовлетворение запросов потребителей определенного целевого рынка.

Маркетинг– это рыночная концепция управления деятельностью предприятия, направленная на изучение предпринимательской среды, рынка, запросов потребителей и ориентацию на них производимых товаров, выполняемых работ и оказываемых услуг.

Целью маркетинга является: формирование и стимулирование спроса, обеспечение обоснованности управленческих решений и планов работы предприятия, а также расширение объемов продаж, рыночной доли и рост прибыли. Сущность маркетингового подхода заключается в следующем лозунге: «Производить то, что продается, а не продавать то, что производится». Иначе говоря, прежде чем производить что-либо, предприятие должно провести тщательное изучение потребностей конкретных потребителей, в соответствии с полученными данными доработать и совершенствовать товар или услугу, и только тогда выходить с этим товаром (услугой) на рынок.

Конкуренция – это механизм соперничества на рынке товаров, борьбы рыночных структур за право найти своего покупателя и за возможность продать свой товар на наиболее выгодных условиях и, следовательно, получить желаемую прибыль[1, с. 34].

Конкурентная борьба является составной частью рыночной деятельности. Присутствие конкурента на рынке создает элемент соревнования – продавцы борются за право наилучшим образом удовлетворить потребности покупателя, сделать его своим постоянным клиентом. Конкуренция оживляет рынок, благотворно действует на цены, порождает новые формы сервиса, заставляет производителей проводить активную инновационную политику. В каком-то смысле конкуренция – двигатель прогресса.

Рыночная ситуация во многом определяется состоянием и результатами конкурентной борьбы. Интенсивность конкуренции и формы соперничества зависят от:

- типа рынка;
- степени насыщенности рынка;
- числа и мощности конкурирующих предприятий;
- технологических, финансовых и торгово-организационных возможностей как самой фирмы, так и ее конкурентов.

Конкурентная борьба разворачивается между предприятиями, выпускающими или продающими аналогичную продукцию, а также продукцию с близкими свойствами – аналоги одним и тем же группам покупателей. Каждое предприятие стремится создать товар с лучшими свойствами, чем у конкурента. В определенном смысле конкурентная борьба представляет собой элемент научно-технического прогресса – война технологий.

Формы конкурентной борьбы зависят от ряда факторов, но ее суть проявляется в стремлении продать товаров или предоставить услуг больше чем конкурент, и по более привлекательной цене, переманить у конкурента часть или всех потенциальных клиентов и, в конечном счете, получить ту прибыль, на которую рассчитывал конкурент – захватить большую, чем у конкурента, долю рынка или, по возможности, вытеснить его с рынка совсем.

Целью конкурентной борьбы является достижение конкурентного преимущества – занять более прочную конкурентную позицию на рынке.

Конкурентное преимущество – это совокупность тех характеристик, свойств товара (услуги), которые создают для предприятия определенное превосходство над своими прямыми конкурентами. Данные характеристики могут быть самыми разными и относиться как к основному товару или услуге, так и к дополнительным услугам, к формам производства, сбыта, специфичного для предприятия или товара

Предприятие, которое функционирует на рынке, находится в конкурентной среде, которая характеризуется рыночной деятельностью некоторых независимых покупателей и продавцов, обладающих правом и возможностью свободно работать на рынке и покидать его. Конкуренты-продавцы соперничают между собой за право и возможность продать свой товар, т.е. объектом конкуренции выступают средства покупателей. Покупатели тоже могут вести между собой спор за право и возможность купить товар. Как правило, чем больше участников рынка при определенной емкости рынка, тем острее соперничество между ними. Конкурентная борьба может вестись между[2, с. 56]:

- отдельными предприятиями;
- целыми отраслями – совокупностями предприятий;
- странами.

Конкурентной средой представляет собой совокупность социально-политических, экономических, институционально-правовых условий для развития конкуренции в стране.

На рынке товаров единственным судьей между честно конкурирующими предпринимателями является потребитель, который, по, осуществляет выбор своими средствами, выбирая наиболее устраивающий его товар или услугу. То место, которое занимает конкурент, те показатели, которых ему удалось достичь в ходе конкурентной борьбы, определяет его конкурентную позицию – положение, которое предприятие занимает в своей отрасли в соответствии с результатами деятельности, своими преимуществами и недостатками по сравнению с другими предприятиями.

Конкуренция, которая существует на рынке товаров и услуг, рынке функционирования предприятия, требует от него обеспечения определенной конкурентоспособности или же грозит вытеснением его с данных рынков.

Конкурентоспособность – это свойство предприятия, которое характеризуется степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретных потребностей в сравнении с аналогичными объектами, представленными на определенном рынке. Данный показатель определяет способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на рынке [4, с.11].

Стремление предприятий к увеличению прибыли означает необходимость усиления его рыночной власти (укрепление конкурентной позиции) на рынке. Наличие у предприятия большей или меньшей рыночной власти по сравнению с конкурентами определяет наличие у него преимуществ в чем-либо над данными конкурентами. С этой целью предприятия разрабатывают конкурентную стратегию [2, с. 65].

Управление предприятием в рыночных условиях включает:

- оценку факторов, которые повышают или понижают конкурентоспособность предприятия;
- анализ факторов, которые повышают или понижают конкурентоспособность предприятия;
- выбор и реализацию соответствующих стратегии и тактики для достижения той или иной намеченной цели.

Большое влияние на конкурентоспособность оказывают внутренние факторы. Однако, следует отметить, что их изменения можно скорректировать усилиями руководства предприятия. В качестве управляемых экономических факторов могут выступать показатели финансового состояния предприятия [1, с. 34].

Конкурентные преимущества предприятий заключаются в постоянном совершенствовании всех бизнес-процесса при эффективном использовании и распределении ресурсов. Рынок заставляет производить продукт или услугу с целью максимального удовлетворения своих потребителей, повышения уровня

их лояльности и увеличения количества постоянных клиентов. В связи с этим стратегию достижения конкурентоспособности предприятия следует рассматривать в виде комплексной трехэтапной стратегии, которая направлена на удержание и, по возможности, увеличение числа постоянных клиентов предприятия:

I. управление качеством представляет собой совершенствование каждого этапа определенного бизнес-процесса. Данный этап охватывает абсолютно всю деятельность предприятия;

II. бенчмаркинг, т.е. заимствование процессов у конкурентов;

III. аутсорсинг – покупка процесса у стороннего предприятия. Его применение целесообразно, когда затраты на совершенствование процесса собственными силами или применение бенчмаркинга превышают стоимость услуг внешнего предприятия.

Выделяют следующие основные факторы внешней среды, влияющие на успех в конкурентной борьбе:

- параметры факторов производства;
- стратегия предприятий, их структура и характер конкуренции;
- параметры спроса на продукцию;
- родственные и поддерживающие предприятия отрасли.

Факторы конкурентоспособности предприятия – это те явления или процессы деятельности предприятия и социально-экономической жизни общества, которые вызывают изменения абсолютной и относительной величины затрат на производство, а в результате – уровня конкурентоспособности предприятия.

Всё многообразие факторов конкурентоспособности принято сводить к двум основным видам [2]:

- базовые (ресурсные);
- технологические.

Также принята классификация факторов в зависимости от отношения к предприятию:

– внутренние факторы – объективные критерии, которые определяют возможности предприятия по обеспечению собственной конкурентоспособности:

- ✓ потенциал маркетинговых служб;
- ✓ научно-технический персонал;
- ✓ кадровый потенциал;
- ✓ финансово-экономический потенциал;
- ✓ уровень материально-технического обеспечения и др.

– внешние факторы – социально-экономические и организационные отношения, позволяющие предприятию создать продукцию, оказывать услуги, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны:

- ✓ меры государственного воздействия экономического и административного характера;
- ✓ характеристики самого рынка;
- ✓ деятельность общественных и негосударственных институтов;

✓ деятельность политических партий, движений, формирующих социально-экономическую обстановку в стране.

Факторы по-разному могут воздействовать на конкурентоспособность предприятия. Одно наличие факторов не обеспечивает высокую конкурентоспособность предприятия. Повышение конкурентоспособности зависит лишь от их эффективного использования.

Изучение влияния различных факторов предполагает выявление сильных и слабых сторон, возможностей и угроз развития, которые оказывают факторы на деятельность предприятия.

Рассмотрев факторы внешнего окружения и внутренней среды, можно говорить о том, что конкурентоспособность предприятия представляет собой совокупность характеристик самого предприятия, а также характеристик внешних факторов, влияющих на него.

Таким образом, способность предприятия работать в динамичной конкурентной среде при удержании имеющихся конкурентных преимуществ, как минимум, в неизменном виде, также является фактором конкурентного преимущества производителя, который представляет собой конкурентоспособностью предприятия.

Список используемых источников и литературы:

1. Баумгартен Л.В. Анализ методов определения конкурентоспособности организаций и продукции Маркетинг в России и за рубежом - 2012. - №4(48). - С. 34 - 38.

2. Богданов А.В. Конкуренция: роль сервисного обслуживания Проблемы теории и практики управления российскими предприятиями: Сб. науч. тр. - Новосибирск: НГАЭиУ, 2011. - С.73 - 80.

3. Данчиков Е.А. Конкурентоспособность предпринимательских структур и продукции. - М., 2012. - 23 с.

4. Макалов Г.Ф. Система обеспечения конкурентоспособности предприятия: Практ. пособие по качеству для руководителей и специалистов предприятий. - Тольятти, 2010. - 54 с.

А.С. Сегоднина
Луганский университет
имени Тараса Шевченко,
г. Луганск

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТНЫХ ПОЗИЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА

Основными определяющими характеристиками конкуренции предприятий ресторанного хозяйства является конкурентоспособность, конкурентные преимущества и конкурентная позиция предприятия. В целом эти параметры оценивают внутреннее и внешнее состояния и развитие каждого предприятия.

Отражая конкуренцию, приведенные параметры тесно взаимосвязаны, но имеют при этом существенные отличия.

В стратегическом портфеле предприятий ресторанного хозяйства одной из важнейших является конкурентная стратегия, которая предполагает разработку таких действий, которые бы обеспечивали не только надежную защиту от конкурентов, но и создавали устойчивое конкурентное преимущество, то есть те факторы, которые создают на рынке ситуацию, когда покупатели отдают предпочтение продукции определенного ресторанного заведения.

Мониторинг конкурентной позиции необходимо проводить для определения действенности конкурентных преимуществ предприятия ресторанного хозяйства и перспектив их усиления. Его результаты должны найти применение в управлении изменениями, поскольку своевременно информируют о вероятности неблагоприятных изменений конкурентной позиции заведения.

В условиях развития рыночных отношений и процессов интеграции в международное экономическое пространство вопрос оценки конкурентной позиции предприятия ресторанного хозяйства (КПП) приобретает особое значение. Анализ тенденций развития рыночных отношений и создания эффективных систем управления бизнесом, способных обеспечить адаптивность предприятия к внешней среде, выявили необходимость и актуальность разработки научно обоснованных методов оценки КПП.

Конкурентная позиция предприятия отражает долгосрочные усилия предприятия по завоеванию конкурентных преимуществ и одновременно определяет отличие от конкурентов. Конкурентная позиция предприятия в значительной степени зависит от характера, эффективности и устойчивости конкурентных преимуществ. Формирование конкурентного преимущества является процессом создания конкурентной позиции предприятия.

В широком смысле конкурентная позиция предприятия – это подход предприятия к конкуренции в целом. Чаще всего, конкурентную позицию предприятия рассматривают как производную от конкурентных преимуществ предприятия. Соответственно, можно сформировать своеобразную цепочку: конкурентоспособность воплощается в конкурентное преимущество, а затем оформляется как конкурентная позиция [1, с.58].

Ряд авторов классифицируют методы оценки конкурентных позиций предприятия по следующим признакам [5, с.73]:

- методы, характеризующие рыночные позиции;
- методы, характеризующие уровень менеджмента предприятия;
- методы, характеризующие финансово-экономическую деятельность предприятия.

Такая классификация полностью соответствует пониманию конкурентоспособности как характеристики, в которой представлено внешнее проявление внутренних возможностей предприятия. Вместе с тем, исследователи не учли необходимость принятия управленческого решения на различных уровнях управления, что снижает ценность предложенной классификации для практики хозяйствования.

Согласно классификации, предоставленной авторами, методы оценки позиции предприятия среди конкурентов, сгруппированные по форме представления результата на: графические, матричные, расчетные, комбинированные. При этом в пределах расчетных выделены специфические и комплексные методы оценки конкурентоспособности предприятия. Несмотря на четкость и согласованность признаков данная классификация также имеет недостаток, а именно не учтены разные уровни принятия управленческого решения – оперативные, тактические или стратегические.

Отметим также, что количество показателей, на основании которых осуществляется оценка конкурентоспособности предприятия и способы их интеграции также порождают многочисленные методики и затрудняют как выбор метода, так и саму процедуру оценки конкурентоспособности предприятия для различных субъектов оценки.

В наиболее общем виде принятие управленческого решения предусматривает последовательное осуществление следующих основных этапов:

- обоснование проблемы;
- формирование оценочных критериев;
- сбор данных;
- обработка данных;
- принятие решения.

С большей или меньшей сложностью обозначенные этапы присутствуют в схемах принятия управленческого решения. С использованием соответствующей методики оценки конкурентоспособности предприятия следует исходить из субъекта, цели и объекта исследования, а также учитывать возможности субъекта по подготовке и обработки исходной информации.

Учитывая определение сущности конкурентоспособности предприятия, использование того или иного метода оценки должно наиболее соответствовать следующей задаче – позиционирование в конкурентной группе; исследование динамики позиции отдельного предприятия в конкурентной группе; определение «узких мест».

Желанием каждого предприятия ресторанного хозяйства является обеспечение постоянной конкурентной позиции в конкурентной среде, ведь постоянная конкурентная позиция – это возможность поддерживать достигнутую конкурентную позицию в конкурентном поле, обеспечивать стабильный уровень конкурентоспособности и эффективно адаптироваться к изменениям внешней среды.

Анализ конкурентных позиций предприятия необходимо проводить для:

- разработки мероприятий по улучшению конкурентоспособности предприятия ресторанного хозяйства;
- выбора предприятием ресторанного хозяйства;
- привлечения средств инвесторов;
- составления программы выхода предприятия на новые рынки сбыта.

Цель анализа конкурентных позиций предприятия ресторанного хозяйства – определить положение предприятия на отраслевом рынке, выявить

положительные и отрицательные факторы, которые могут повлиять на формирование и развитие элементов потенциала в конкурентной среде.

Методы оценки конкурентных позиций предприятия ресторанного хозяйства на целевом рынке можно разделить на следующие группы в зависимости от показателей и переменных, используемых при анализе:

- методы, которые характеризуют рыночные позиции предприятия;
- методы, характеризующие уровень менеджмента предприятия;
- методы, которые характеризуют финансово-экономическую деятельность предприятия;
- методы, которые характеризуют восприятие товара или услуги потребителем.

Всем вышеупомянутым методам свойственны определенные недостатки и преимущества, которые влияют на возможность и целесообразность их применения. Важнейшими недостатками методов оценки конкурентных позиций на целевом рынке являются:

- сложность определения доли предприятия на рынке;
- трудности сбора достоверных данных, необходимых для проведения анализа;
- отсутствие квалифицированных специалистов со специальной подготовкой для осуществления соответствующего исследования.

Кроме того, нужно учитывать, что использование одного метода может привести к субъективному заключению. Так, методы, позволяющие оценить конкурентную позицию через эффективность менеджмента, позволяют определить только за счет каких управленческих факторов завоевано конкурентное преимущество, а финансово-экономические методы – суммируют деятельность предприятия на целевом рынке в целом [2].

Конкурентная среда предприятия формируется не только с помощью конкурентов внутри отрасли, которые производят аналогичную продукцию и реализуют ее на одном рынке, но и теми предприятиями, которые производят продукт-заменитель. Также на конкурентную среду любого предприятия влияют его покупатели и поставщики. Основным методом, позволяющим оценивать конкурентные позиции предприятия на рынке, является модель пяти сил конкуренции Портера, которая включает все вышеуказанные составляющие.

Конкурентная позиция – это позиция, которую та или иная компания занимает в отрасли в соответствии с результатами своей деятельности или в соответствии со своими предпочтениями или недостатками. Конкурентные преимущества предприятия определяются под влиянием различных факторов, которые присущи предприятию в процессе формирования рыночной стратегии [3, с.122].

Основными точками приложения усилий менеджмента предприятия ресторанного хозяйства, за счет улучшения которых возможно укрепить конкурентное положение, являются:

- цена на производимую продукцию (услуги);

- качество производимой продукции (услуг);
- расширение ассортимента производимой продукции;
- реклама;
- известность производителя;
- каналы распределения продукции;
- уровень инноваций;
- обновление продукции.

Перечисленные направления включают в себя все факторы, определяющие конкурентную позицию. И оценка по данным направлениям деятельности позволит менеджменту предприятия выделить узкие места и недостатки в реализации стратегии. В случае успешной реализации действий в данных областях предприятие сможет выйти на более высокие конкурентные позиции за счет эффективной реализации стратегических и оперативных планов, разработанных на базе выбранных значимых факторов конкурентоспособности.

Для оценки конкурентной позиции предприятия используются балльные оценки по ключевым факторам успеха. При этом производится взвешивание оценок таких факторов для предприятия и его конкурентов.

По мнению М. Портера, при выборе конкурентной стратегии для той или иной отрасли следует провести предварительный анализ по двум аспектам:

- привлекательность отрасли с точки зрения рентабельности и возможностей развития, которые определяются интенсивностью конкуренции;
- конкурентная позиция данного предприятия в отрасли.

При этом следует учитывать, что оба аспекта нужно рассматривать во взаимосвязи, рассмотренные отдельно они не могут служить достаточным основанием для выбора конкурентной стратегии. Также оба аспекта должны рассматриваться в динамике, так как со временем привлекательность отрасли может расти или снижаться, а благоприятную позицию в конкуренции нужно не только завоевать, но и удержать. На оба аспекта предприятие может влиять своей деятельностью. Таким образом, конкурентная стратегия не является только реакцией на условия внешней среды, но и попыткой изменить эту среду в свою пользу.

Распространенной моделью оценки конкурентной позиции предприятия ресторанного хозяйства на рынке также является SWOT-анализ. Данный подход применяется для получения предварительной всесторонней оценки стратегического положения предприятия, а также для разработки перечня долгосрочных действий, необходимых для достижения стратегических целей его развития.

SWOT-анализ – это форма стратегического анализа. Он не содержит конечной информации для принятия стратегических решений, но дает возможность упорядочить процесс обдумывания всей имеющейся информации с применением собственных оценок [4; с.85].

В качестве основных факторов SWOT-анализа выделяют:

- потенциальные внутренние сильные стороны (S);
- потенциальные внутренние слабости (W).;

- потенциальные внешние благоприятные возможности (О.);
- потенциальные внешние угрозы (Т).

Совершенная стратегия требует опоры на сильные стороны – уникальные возможности дают предприятию шанс использовать рыночные благоприятные обстоятельства, создают конкурентные преимущества на рынке, могут быть краеугольными камнями стратегии. С другой стороны, необходимо вмешательство в слабые стороны предприятия.

Сама конкурентная позиция всех субъектов бизнеса имеет качественную и количественную определенность. В качественном отношении конкурентная позиция субъекта бизнеса включает в себя направления и предметы деловой деятельности этого субъекта бизнеса, наличие конкурентного потенциала, место осуществления им деятельности, самокупаемость и рентабельность субъекта бизнеса. В количественном отношении конкурентная позиция субъекта бизнеса представляет собой точный расчет количества направлений и предметов его деятельности, масштабов конкурентного потенциала и величины каждого из его элементов, доли рынка по каждому направлению и предмету деятельности, сроков и скорости прохождения полного цикла этой деятельности, размера рентабельности или убыточности субъекта бизнеса.

Определение конкурентных позиций предприятия основывается на анализе поведения конкурентов и предполагает выявление действующих и потенциальных конкурентов; изучение показателей, целей и стратегии конкурентов; установлении сильных и слабых сторон конкурентов.

Следует отметить, что взвешенное суммирование отдельных факторов конкурентоспособности широко применяется в научных исследованиях. При этом значимость отдельных составляющих определяется экспертным методом. К тому же в зависимости от сферы исследований и, исходя из собственных научных взглядов, разные авторы формируют интегральный показатель на основании различных систем факторов, что также обуславливает наличие многочисленных авторских методик оценки конкурентоспособности предприятий.

Конкурентные позиции субъектов предпринимательской деятельности во многом зависят от их ресурсного потенциала, точнее от конкурентной значимости их ресурсов, которые создают устойчивое конкурентное преимущество. Такая значимость ресурса определяется следующими критериями:

- сложновостонавливаемостью;
- продолжительностью пользования;
- уникальностью;
- устойчивостью к нейтрализации внешних угроз, новых регулятивных требований и растущего давления со стороны потребителей и поставщиков.

Динамичность природы и разнонаправленность влияния значительного количества факторов обуславливают необходимость включения в системы управления предприятиями специального механизма укрепления их

конкурентных позиций. Такой механизм предлагается определять как комплекс факторов, методов, ресурсов формирования конкурентных преимуществ.

Если условием конкурентоспособности признается финансовое состояние предприятия, то для его оценки применяют методы финансового анализа, включающие осуществление вертикального, горизонтального, коэффициентного анализа.

Для оценки конкурентной позиции предприятия используют комплекс методических приемов, включающих: расчет параметрических индексов по потребительским и экономическим параметрам для оценки конкурентоспособности продукции, определение рыночной активности на основе метода доли рынка и рейтинговую оценку финансового состояния предприятия. В дальнейшем все указанные показатели используют для расчета уровня конкурентоспособности предприятия.

Каждый метод оценки конкурентной позиции предполагает специальный набор факторов и переменных, а исследователи оставляют за собой право выбора переменных по своему усмотрению, что дает возможность учитывать отраслевые, технические и другие специфические особенности предприятия. К тому же каждый из методов имеет свои преимущества и недостатки, следовательно, исследователю необходимо сравнивать выгоды, которые он может получить, используя тот или иной метод исследования.

Таким образом, наиболее полную и четкую информацию о конкурентных позициях предприятия на целевом рынке можно получить путем использования одновременно нескольких методов оценки. В то же время, проведенный анализ позволит более всесторонне и основательно подойти к разработке конкурентной стратегии предприятия. Анализ конкурентной позиции разделяет будущие возможности и эффективные стратегии бизнеса и исторически сложившуюся стратегию предприятия. Таким образом, руководство предприятия получает возможность беспристрастно оценить его перспективы. Обобщение оценки конкурентных позиций предприятия по указанным характеристикам в целом позволяет повысить обоснованность выбора стратегии развития конкурентных преимуществ предприятия для исследуемого рынка как системы действий и мер по расширению конкурентных преимуществ предприятия и укреплению его конкурентоспособности.

Список используемых источников и литературы

1. Ансофф И. Стратегическое управление [Текст] / И. Ансофф; пер. с англ. – М. : Экономика, 1989. – 520 с.
2. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкуренто-спроможністю підприємств: стратегічний підхід [Текст]: монографія / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. – 294 с.
3. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління конкуренто-спроможністю підприємств [Текст]: навчальний посібник / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. – К.: Професіонал, 2006. – 448 с.

4. Войчак А.В. Маркетинговый менеджмент: Підручник. – К.: КНЕУ, 2008. – 268 с.

5. Иванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток [Текст]: монографія / Ю.Б. Иванов, П.А. Орлов, О.Ю. Иванова. – Х.: ІНЖЕК, 2008. – 352 с.

Д.И. Попенко
Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г. Луганск

PR КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В жестких условиях перехода к рыночным отношениям проблемы эффективной организации коммерческой деятельности во всех отраслях хозяйствования приобрели особую актуальность. Переход к рыночной экономике обусловил появление типа работника инициативного – самостоятельного в принятии решений, владеющего искусством ведения коммерческих переговоров с партнерами, знающего основы рекламного дела и владеющего навыками использования PR-технологий.

PR-деятельность в первую очередь направляет свои усилия на обеспечение эффективного взаимодействия как внутри туристского предприятия, так и с внешними представителями социальной среды. Чтобы иметь возможность осуществлять планомерные, продолжительные мероприятия по созданию и сохранению стабильных и слаженных отношений с различными целевыми группами, необходимо иметь полную, объективную и достоверную информацию о состоянии и развитии каждой целевой аудитории в отдельности. PR в туризме, как и в любом другом виде деятельности, должен быть построен на доверительном, внимательном и уважительном учете мнений, настроений, предпочтений, интересов и поведения целевой аудитории.

Теоретико-методическую базу исследования составили работы Ю. Баклановой, Ю. Бернадской, К. Бове, М. Блум, В. Васильева, Г. Картера, А. Кирилова, В. Марковой, А. Матанцева, Ф. Панкратова, в которых рассматриваются особенности туризма как коммерческой деятельности, виды, средства и формы туристической деятельности, особенности PR-деятельности в туризме.

В современных условиях образ предприятия в глазах потребителей, партнеров, инвесторов, государства, который создается благодаря проведению кампаний по связям с общественностью (PR-кампаний) становится одним из основных конкурентных преимуществ.

PR-кампания представляет собой координируемое, целенаправленное, как правило, длительное мероприятие, которое разрабатывается и осуществляется для достижения важных, ключевых целей предприятия путем воздействия на

общественность и общественное мнение и использования специальных PR-средств, методов и технологий. PR-кампании – составная часть общего комплекса PR-деятельности предприятия.

В рамках PR-деятельности осуществляются все виды PR-действий, связанных с обеспечением оптимального сотрудничества предприятия и его окружения – общественности. PR-деятельность носит планомерный характер и в современных условиях выступает одним из важных компонентов эффективного менеджмента, который реализуется на постоянной основе.

Следует отметить, что PR-кампания состоит из совокупности PR-операций и обеспечивающих их мероприятий, которые объединены общим стратегическим замыслом, направленной на решение конкретной проблемы предприятия (базисного субъекта PR) и осуществляемой технологическим субъектом (субъектами) PR на определенном этапе деятельности предприятия. PR-операцией является отдельное действие технологического субъекта PR, которое непосредственно направлено на решение локальной задачи повышения и сохранения публичного капитала предприятия, на гармонизацию его отношений с целевой аудиторией (общественностью) [4, с. 14].

Таким образом, под PR-операциями следует понимать как PR-мероприятия весьма сложные – выставки, презентации, пресс-конференции, так и отдельные PR-действия, например, размещение имиджевых статей, интервью и целый спектр промежуточных PR-форм.

Именно с помощью PR-инструментов раскрываются те особенности и конкурентные преимущества, которые невозможно передать с помощью других маркетинговых средств. Роль PR-кампании в обеспечении конкурентоспособности предприятия состоит в обеспечении достижения запланированных стратегических целей развития предприятия путем наилучшего удовлетворения потребностей всех заинтересованных экономических субъектов [1, с. 14].

Среди характеристик PR-кампаний можно выделить ряд основных, универсальных, характерных для каждой PR-кампании:

- проблемная ориентированность. Данная характеристика заключается в следующем: PR-кампания, как правило, направлена на решение конкретной задачи предприятия, возникшей перед ним в конкретный момент времени. Эта проблема осознана руководством предприятия и воспринимается им как угроза, неиспользованная возможность, недостаточно эффективно используемый ресурс и т.п. Проблема предприятия, на решение которой направлена PR-кампания, может быть связана с любой сферой функционирования, а не только с публичными коммуникациями, репутацией и имиджевой политикой;

- целенаправленность предполагает, что PR-кампания всегда направлена на достижение конкретной цели, которая представляет собой модель результата, который должен быть достигнут в последствии проведения кампании [2];

- системность – необходимо, чтобы PR-кампания представляла собой согласованную систему PR-операций и мероприятий – упорядоченную

совокупность действий, имеющую устойчивую структуру и направленную на реализацию поставленной цели;

– планомерность – необходимо, чтобы PR-кампания соответствовала плану и процедурам, которые заранее подготовлены.

PR-кампания является собой социально-коммуникативную технологию решения конкретной проблемы предприятия. Если технологический ряд предприятия подготовлен и реализован правильно, его применение приводит к решению поставленных задач, то предприятие вполне может считаться успешным. Достижение поставленной цели является конечной точкой функционирования успешной PR-кампании. После этой точки кампания прекращается, поскольку потребность в ней исчезает. В случае же, когда нет оснований говорить о безусловной успешности кампании, ее протяженность во времени определяется периодом между фактическим ее началом и подведением итогов воздействия кампании на репутацию предприятия, сознание и поведение целевых групп общественности и т.п.

Технологичность заключается в том, что совокупность действий технологических субъектов по решению проблемы предприятия в рамках PR-кампании должна быть представлена в виде технологической цепочки процедур и операций, причем строго структурированной. Такую технологическую цепочку составляют технологический процесс или технологический ряд PR-кампании [3].

И оптимизация, и обратная связь отражаются в том, что каждая PR-кампания разрабатывается и реализуется с учетом критерия оптимальности. При этом как критерий оптимальности может рассматриваться, как получение заданного результата, при наиболее эффективном использовании ресурсов, так, и исходят из необходимости получения максимального эффекта при заданных ресурсах. Критерий оптимизации предусматривает обратную связь и оценку эффективности PR-кампании.

Таким образом, PR-кампания представляет собой сложный, комплексный процесс, являющийся одновременно элементом комплекса PR-организации и одним из видов социально-коммуникативных технологий. Правильно организованная и спланированная PR-кампания позволяет не только, улучшить имидж предприятия, но и повысить конкурентоспособность предприятия за короткий временной период.

Список используемых источников и литературы

1. Викентьев, И. Л. Приемы рекламы и public relations / И.Л. Викентьев. – СПб.: Бизнес-Пресса, 2012. – 380 с.
2. Моисеев, В. А. Паблик рилейшнз: Теория и практика / В.А. Моисеев. – Вира-Р, 1999. – 288 с.
3. Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учебник. – М.:Юнити. – 2008. – 112 с.

4. Шишкин Д., Гавра Д., Бровко С. PR-кампании: методология и технология: Учебное пособие. – СПб.: Роза мира. – 2004. – 160 с.

К.А. Тактарова
Луганский университет
имени Тараса Шевченко»,
г. Луганск

СУЩНОСТЬ АНИМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИЗМЕ

Аннотация. В данной статье представлена характеристика понятия «анимация», раскрыта сущность анимационной деятельности в туризме, описываются исторические условия и выделены предпосылки развитию анимации в туризме, охарактеризована рекреационная анимация, представлена типология туристской анимации в соответствии с важностью, приоритетностью и объемом анимационных программ в турпродукте.

Ключевые слова: предпосылки возникновения анимации, анимация, туристская анимация, анимационная деятельность, анимационная деятельность в туризме, типология анимационной деятельности.

Органичной частью туристской деятельности и турпродукта всегда были элементарные формы анимационной деятельности. Но лишь в семидесятые годы прошлого века туранимация становится массовым, индустриальным явлением. Значительное внимание следует уделять повышению качества, ассортимента и востребованности туристского продукта в целях увеличения спроса на него среди туристов. Одним из вариантов практического решения указанной проблемы для туристских организаций служит развитие разнообразия развлечений и организация досуга туристов, а именно анимационная деятельность. С целью эффективного планирования и налаживания анимационной деятельности необходимо изучить предпосылки, сущность анимационной деятельности, ее составные элементы, типы и особенности теоретических понятий, включаемых в нее.

Подойдя к предпосылкам возникновения анимации с исторической точки зрения, от самых древних времен до наших дней в её современном виде, необходимо выделить ряд негативных последствий индустриализации и урбанизации (рис. 1).



Рис. 1. Предпосылки возникновения анимации

В результате стремительной индустриализации и развития технических возможностей, повседневным и повсеместным явлением становится экологическое загрязнение, монотонность труда, психическая и физическая усталость, недостаток времени и энергии для творчества и любимых занятий. А также целый ряд отрицательных факторов создает урбанизация. Вследствие нее повышается плотность населения, увеличивается жизненная нагрузка, появляется усталость от городских забот и от множественности межличностных контактов в городской среде[1, с. 85].

История появления индустрии развлечений связана с необходимостью организации путешествий, обслуживания путников и обеспечения им увеселительных мероприятий. В древности владельцы постоялых дворов, харчевен и прочих заведений завлекали посетителей разнообразными увеселительными мероприятиями и состязаниями. Термин «анимация» происходит от латинских слов «anima» и «animatus» (ветер, воздух, душа, одушевление) и значит воодушевление, одухотворение, вовлечение в активность[3, с. 52].

Анимация – это определенная услуга, целью которой является повышение качества обслуживания. Также это особенная форма рекламы, форма повторного привлечения гостей и их знакомых, осуществляемая с целью продвижения туристского продукта на рынке для повышения доходности и прибыльности туристского бизнеса [2, с. 34].

Также анимацию определяют как разновидность туристской деятельности, осуществляемой на туристском предприятии, которая вовлекает туристов в разнообразные мероприятия через участие в специально разработанных программах досуга [2, с. 36].

Анимация в туризме представляет собой важнейшую составляющую деятельности туристской организации. Это не только развлечение, а показатель высокого профессионального уровня туристских услуг, неотъемлемая часть туристского продукта. Следовательно, подобно любой другой деятельности туристского предприятия, анимация должна быть спланированной, регламентированной и эффективно управляемой деятельностью, которая обеспечена персонально, материально и финансово [3, с. 67].

Туристская анимация является новым направлением в туристском бизнесе, которое так или иначе существовало и ранее, однако имело отличные названия и методы осуществления [1, с. 85].

Иными словами, туристская анимация – это услуга, при получении которой турист вовлекается в активное действие. Основой туристской анимации являются личные человеческие контакты аниматора с туристом на межличностной близости, на совместной вовлеченности аниматора и туриста в развлечение, предлагаемые анимационной программой туристического комплекса [3, с. 55].

Целью туристской анимации следует считать положительную оценку отдыха туристом, хорошее настроение, незабываемые впечатления, восстановление психических и физических параметров организма. Таким является основное значение рекреационных функций туристской анимации.

Следует также отметить, что туристская анимация в основном разделяется на три основополагающих типа по важности, приоритетности и объему анимационных программ в организации досуга:

Тип 1. Анимационные туристские маршруты – это целевые туристские поездки ради одной анимационной программы или же непрерывный анимационный процесс, осуществляемый в форме путешествия, переезда от одной анимационной услуги к другой, проходящих в разнообразных географических точках.

Тип 2. Дополнительные анимационные услуги – анимационные программы, осуществляемые для «поддержки» основных туристских услуг, которые оговорены в турпакете, в технологических перерывах, обусловленных переездами, задержками в пути, в случае экстренных ситуаций и т.п.

Тип 3. Гостиничная анимация – комплексная рекреационная гостиничная услуга, основанная на личном человеческом контакте тураниматора и туриста, на совместном участии аниматора и туриста в развлечениях, которые предлагаются анимационной программой туркомплекса [3].

Итоговое значение туристской анимации состоит в улучшении качества, ассортимента и популярности туристских услуг, расширении круга постоянных клиентов, повышении востребованности туристского продукта, усилении нагрузки на материальную базу предприятия. И как следствие – повышение эффективности использования ресурсов предприятия, а также повышении прибыльности и рентабельности его деятельности [1, с. 43].

Анимационная деятельность в туризме является одним из самых эффективных средств привлечения гостей, влияющих на позитивную оценку туристом работы гостиницы в целом. Это своеобразные дополнительные

услуги клиенту, позволяющие занять его свободное время таким образом, чтобы пробудить в нем положительные эмоции, почувствовать удовлетворение от отдыха в гостинице и заставить вернуться в это место еще раз [4, с. 97].

Анимационная деятельность представляет собой, во-первых, рекреационную, социально-культурную, досуговую и другую деятельность, которая осуществляется при участии специалиста аниматора. Во-вторых, анимационную деятельность можно рассматривать как разработку, организацию и предоставление конкретных программ проведения досуга.

Рекреационной анимацией называется вид досуговой деятельности, который направлен на восстановление духовных и физических сил человека. Досуговые программы, которые реализуются в рекреационных целях, могут быть проведены туристскими компаниями для туристов и гостей, и досуговыми предприятиями для местных жителей. Подобное положение вещей позволяет утверждать, что понятие рекреационной анимации шире, нежели понятие туристской и гостиничной анимации. Касательно туристской и гостиничной анимации, то они полностью взаимосвязаны с рекреационной, ведь основной целью в туркомплексах, гостиницах, санаториях и анимационных турах различной специализации является оздоровление отдыхающих, отвлечение их от повседневных забот, повышение настроения и прочее. Другими словами, главная роль анимационной деятельности в туризме заключается в восстановлении жизненных сил и энергии человека [4, с. 112].

Подобное разнообразие функций туристской анимации стало причиной возникновения многообразных типов анимационной деятельности, различных анимационных программ, а также мероприятий (рис. 2) [3].



Типология анимационной деятельности

Рис. 2.

Таким образом, анимация дает возможность увеличить количество постоянных клиентов, доходность и эффективность деятельности туристских

предприятий за счет повышения качества и привлекательности туристского продукта. Анимационная деятельность – это, с одной стороны, рекреационная, социально-культурная, досуговая и другая деятельность людей, осуществляемая под руководством специалистов анимации, а с другой стороны, анимационная деятельность – это деятельность по разработке, организации и предоставлению специальных программ проведения свободного времени. Сущность анимационной деятельности в туризме заключается в «оживлении» какой-либо группы людей, чтобы пробудить в них положительные эмоции, почувствовать удовлетворение от отдыха и заставить вернуться в это место еще раз.

Литература

1. Булыгина И. И. Об анимационной деятельности в туристских и спортивно-оздоровительных учреждениях / И. И. Булыгина, Н. И. Гаранин // Теория и практика физической культуры. Научно-теоретический журнал. – 2008. – № 11. – С. 85 .
2. Приезжева Е. М. Анимация в курортном деле / Е. М. Приезжева. – М.: РМАТ, 2007. – 158 с.
3. Типология анимации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/1669541/page:2/> – Типология анимации. – Дата обращения: 10.04.2016.
4. Третьякова Т. Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие для вузов / Т. Н. Третьякова. – М. : Академия, 2008. – 270 с.

С.А. Саладдина
Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г. Луганск

ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГ КАК ФИЛОСОФИЯ РЫНОЧНОЙ ОРИЕНТАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Большинство предприятий научились эффективно вести бизнес и соответствовать спросу по ключевым параметрам, таким как: цена, качество и т.п. Усиление конкуренции заставляет предприятия различных отраслей и сфер деятельности использовать все более тонкие, адаптированные под особенности отрасли инструменты повышения конкурентоспособности, каким и является внутренний маркетинг.

Ключевые слова: маркетинг, внутренний маркетинг, персонал, человеческие ресурсы, качество, конкуренты.

Маркетинговая функция – это одна из управленческих функций коммерческого предприятия, имеющая своей конечной целью увеличение

объёмов продаж и, соответственно, прибыли. Для более эффективного достижения рыночных целей предприятия должна быть одновременно ориентирована на внешний и внутренний рынок [4].

Внешние клиенты являются объектом внимания внешнего маркетинга, а сотрудники предприятия – внутренние клиенты, – внутреннего маркетинга. Основная задача руководства предприятия – обеспечение сбалансированной внешней и внутренней маркетинговой политики.

Сущность внутреннего маркетинга заключается в том, что отношения компании и работников строятся на тех же основаниях и принципах, что и клиентов. Компания «предлагает» особый продукт – должность в компании с ее специфическими правами и обязанностями. Работник «покупает» этот продукт, «оплачивая» его своим трудом. Соответственно, ориентация на клиента – основа традиционного понимания маркетинга – дополняется ориентацией на «внутреннего потребителя» – сотрудника. Достоинством внутреннего маркетинга в этом случае является обеспечение высоких стандартов качества на всех этапах создания стоимости, а не только на стадии выпуска конечного продукта (товара, услуги). Повышается мотивация сотрудников к труду. Соответственно, внутренний маркетинг может рассматриваться как инструмент управления качеством.

Существует несколько подходов зарубежных авторов к понятию внутреннего маркетинга.

Л. Берри (представитель североамериканской школы маркетинга услуг) говорит о том, что «внутренний маркетинг – это привлечение, развитие, мотивация и удержание квалифицированного персонала предлагаемой работой, удовлетворяющей его потребности. Внутренний маркетинг – это философия отношения к работнику как к клиенту и стратегия создания работы-продукта в соответствии с потребностями сотрудника – клиента» [1, с. 8].

К. Гренроос считает, что «идея внутреннего маркетинга заключается в том, что сотрудники организации должны быть мотивированы на осмысленное обслуживание клиентов, клиентоориентированность и заинтересованность в результатах работы с помощью активного применения маркетингового подхода к внутриорганизационному рынку сотрудников» [2, с. 32].

Принимая во внимание все существующие подходы, сущность внутреннего маркетинга следует рассмотреть в трех аспектах:

- I. внутренний маркетинг как система взаимоотношений организации с персоналом;
- II. внутренний маркетинг как внутрифирменная философия рыночной ориентации;
- III. внутренний маркетинг как практическая реализация новой стратегии организации (или корректировка старой).

Поскольку каждый сотрудник индивидуален и имеет собственное мнение и отношение к тому или иному факту, качество услуг неодинаково, непостоянно и неотделимо от людей, предоставляющих эти услуги.

Внутренний маркетинг, рассматриваемый как система отношений с контактными персоналом по поводу повышения качества предоставляемых услуг, требует решения следующих задач [4]:

- сбор информации о работе персонала;
- четкое определение потребностей внутренних клиентов;
- осознание и принятие персоналом идеи ориентации на клиента;
- обучение персонала управлению ситуациями при взаимодействии с клиентами;
- создание организационной культуры, способствующей клиентоориентированности;
- межфункциональный альянс управления персоналом и маркетинга в целях оптимизации синергетического потенциала мотивированных сотрудников, удовлетворенных внутренним продуктом-работой;
- создание постоянного кадрового состава с наименьшими прогулами и текучестью кадров, а в лучшем случае персонала с высоким уровнем морали, инициативности и ответственности, необходимых при оказании услуг клиентам.

Решение данных задач осуществляется с помощью методов, заимствованных из внешнего маркетинга, но применяемых к участникам внутреннего рынка:

- внутренние коммуникации;
- внутренняя PR-политика;
- внутренние маркетинговые исследования;
- внутреннее обучение;
- внутренняя сегментация и др.

Решение данных задач требует методологического и практического сближения управления персоналом и маркетинга, в частности применения маркетинговых методов при отборе, приеме и обучении персонала.

Внутренний маркетинг – это философия управления человеческими ресурсами предприятия; единый управленческий процесс интеграции множественных функций предприятия.

Второй подход к определению сущности внутреннего маркетинга основывается на единой ориентации персонала на рынок.

Рыночная ориентация в системе внутреннего маркетинга рассматривается в двух аспектах:

1. ориентация на клиента, т.е. понимание и удовлетворение сотрудниками организации потребностей клиентов;
2. ориентация на конкурентов, т.е. сотрудники организации должны иметь информацию о конкурентах организации, знать их слабые стороны, использовать эту информацию для более полного удовлетворения клиентов.

Ориентация предприятия на персонал (внутренних клиентов) является одним из главных факторов успеха на внешнем рынке. Она основана на следующем [6]:

- качество услуг – это прогрессирующий процесс создания ценности услуги;

- повышение качества внутриорганизационных транзакций в конечном счете положительно влияет на качество отношений с внешними клиентами;
- объектом ориентации на внутренних клиентов являются взаимоотношения между сотрудниками;
- целью внутренней ориентации предприятия является обеспечение добавочной ценности на каждом этапе ценностной цепочки.

При ориентации на персонал важное значение следует придать таким ключевым элементам:

- исследование интересов персонала;
- оценка руководством понимания интересов персонала;
- планирование стратегий, касающихся интересов персонала.

Английским ученым И.Н. Лингсом была разработана модель внутрирыночной ориентации (или ориентации на внутренний рынок), посредством которой осуществляется внутренний маркетинг.

В соответствии с данной моделью философия внутреннего маркетинга основана, с одной стороны, на том, что персонал – это ресурс предприятия, необходимый для достижения его целей; с другой – персонал – это одна из важнейших клиентских групп предприятия, потребности которого необходимо удовлетворять [3].

Любая компания, которая стремится добиться успеха в условиях современного рынка, должна следовать закону «клиент всегда прав». Эту норму необходимо сделать частью морального кодекса сотрудников, чтобы каждый из них стал оценивать свое профессиональное поведение с позиций удовлетворенности клиента. Для достижения подобных целей и существует внутренний маркетинг, который заключается в корректировке методов управления персоналом компании.

Через удовлетворение нужд контактного персонала компания увеличивает свои возможности качественно обслуживать, а значит, и удерживать, внешних потребителей.

Долгосрочное сотрудничество с постоянными клиентами является гарантом выживания и развития компании на рынке.

Достаточно часто на предприятиях поведение сотрудников регулируется правилами в виде должностных инструкций, а не внутренними установками человека. Путем жесткого контроля можно заставить подчиненного вовремя приходить на работу, всегда надевать фирменную одежду компании и выключать за собой свет. Но невозможно добиться с помощью инструкций вежливости и приветливости сотрудника в разговоре с клиентом. Поэтому одним из ключевых моментов программы внутреннего маркетинга является отказ от иерархической системы управления. При этом в действиях контактного персонала появляется большая автономия, то есть сотрудники наделяются правом принятия широкого круга самостоятельных решений, то есть на смену приходит так называемый «сервис-менеджмент».

Деятельность сферы услуг можно условно разбить на две составляющие. Первая из них связана с развитием активов предприятия. Вторая, связанная с влиянием на персонал, то есть внутренний маркетинг.

Рассматривая компанию как социальную конструкцию, внутренний маркетинг конкурирует, как минимум, с пятью дисциплинами:

- теории и социологии организаций;
- управления персоналом;
- общего управления качеством, бизнес-процессов.

Вежливость сотрудника в общении, умение вызвать доверие к себе, на первый взгляд, зависят лишь от индивидуальных качеств человека. Но побуждать его проявлять свои качества будет господствующая в компании сервисная культура. Добиваться появления сервисной культуры и поддерживать ее можно тремя способами:

- большое значение имеет подход к найму сотрудников: менеджер по персоналу должен уметь оценить, насколько человек готов принять и поддержать ценности и нормы сервисной культуры компании;

- важную роль играет воздействие санкциями принятой культуры на соблюдение сотрудниками ее ценностей и норм: способы поощрения и наказания работников должны соответствовать принципам сервисной культуры;

- ценности и нормы сервисной культуры должны быть донесены до всех сотрудников в процессе обучения и коммуникаций.

Внутренний маркетинг на предприятиях, как часть маркетинга в сфере услуг, используется для обучения и эффективной мотивации сотрудников, которые непосредственно контактируют с клиентами. Дополнительно он ставит перед собой задачу подготовить весь обслуживающий персонал к работе в команде для дальнейшего эффективного обеспечения удовлетворения потребителя.

Список используемых источников и литературы:

1. Басовский Л.Е. Маркетинг/ учебное пособие. - М. «Инфра-М», 2004 – 298 с.
2. Виханский О.С. Менеджмент [Текст]: учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – 3-е изд. – М.: Гардарики, 2007. – 528 с.
3. Внутренний маркетинг для повышения конкурентоспособности организации [Текст] / И. Неганова // Стандарты и качество. – 2007. – № 2. – С. 57–59.
4. Дзеркалов Д. Комплексне нормативне забезпечення охорони праці / Д. Дзеркалов // Охорона праці. – 2008. – № 5. – С. 32 – 33.

РОЛЬ МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

В последнее время сфера услуг становится все более значимой в экономиках многих стран, конкуренция в этой сфере усиливается, что заставляет предприятия и организации использовать маркетинг как средство достижения превосходства. Вместе с тем, услуги имеют ряд особенностей, таких как неосвязаемость, неспособность к хранению, неразрывность производства и потребления, изменчивость и др., поэтому требуют применения особых инструментов управления, не свойственных промышленному производству.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинг услуг, концепции маркетинга, сфера услуг, внутренний маркетинг.

Маркетинг услуг – это те действия, благодаря которым услуги предприятий, в том числе и туристической индустрии, доходят до клиентов. С точки зрения практических действий предприятия маркетинг услуг – это процесс, призванный помочь другим оценить услуги.

Главная цель и назначение маркетинга услуг – помочь клиенту по достоинству оценить предприятие и его услуги.

Отличительные черты маркетинга услуг связаны:

- с изучением поведения клиентов, их пожеланий, запросов;
- с разработкой специфических приемов для достижения сбалансированности спроса и предложения;
- с изучением методов воздействия на клиентов.

Маркетинг услуг специфичен настолько, насколько услуги отличаются от товаров (материально-вещественных продуктов), а рынок товаров – от рынка услуг. Характерными признаками маркетинга услуг являются:

- многие виды услуг неотделимы от того, кто их предоставляет. Контакт с потребителями часто рассматривается как неотъемлемая часть предоставления услуги;
- в маркетинге услуг в предложении преобладают услуги, а товары дополняют его;
- одинаковые базовые услуги могут предлагаться различным рыночным сегментам, что затрудняет процесс выбора сегмента рынка предприятия;
- чем менее осязаемы услуги, тем менее маркетинг услуг напоминает маркетинг товаров;
- маркетинг услуг может ориентироваться, а может и не ориентироваться на прибыль. Например, маркетинг некоммерческих услуг может осуществляться как государственными органами, так и частными предприятиями;

- маркетинг услуг варьируется по степени регулирования. Наиболее упорядочены некоммерческие услуги и услуги естественных монополий;
- нередко трудоемкость услуг становится важнейшим фактором при выборе форм обслуживания. Как правило, чем выше трудоемкость услуг, тем больше склонность потребителей к самообслуживанию;
- чем теснее контакты с потребителями услуг, тем выше значение социальной компоненты маркетинга услуг.

Выделяют пять концепций управления маркетинга [1, с. 13]:

1) Концепция совершенствования производства – потребители будут покупать товары(услуги), которые широко распространены и доступны по цене, и организация должна сосредоточить усилия на совершенствовании производства и системы распределения. Для того, чтобы сделать понравившийся потребителям продукт доступным для широкого круга потребителей, необходимо повышать эффективность производства и распределительной системы;

2) Концепция совершенствования товара – потребители будут покупать товары наивысшего качества, с наилучшими эксплуатационными свойствами и характеристиками, следовательно, предприятие должно сосредоточить усилия на постоянном совершенствовании товара;

3) Концепция интенсификации коммерческих усилий – потребители не будут покупать товары предприятия в достаточных количествах, если оно не предпримет значительных усилий в сфере стимулирования сбыта;

4) Концепция чистого маркетинга – залогом достижения целей предприятия являются определение потребностей целевых рынков и обеспечение желаемой удовлетворенности потребителей за счет использования более эффективных (чем у конкурентов) способов. Концепция чистого маркетинга – это ориентация на потребности клиентов, подкрепленная комплексными маркетинговыми мероприятиями, нацеленными на обеспечение потребительской удовлетворенности. Потребительская удовлетворенность - основа достижения целей предприятия;

5) Концепция социально-этического маркетинга – задачей организации является установление потребностей целевых рынков и обеспечение желаемой удовлетворенности потребителей более эффективными (чем у конкурентов) способами при одновременном обеспечении благополучия общества в целом. Концепция социально-этичного маркетинга требует от предприятия сочетания трех факторов: получение прибыли; удовлетворение запросов потребителей; улучшение общего благосостояния людей.

Среди приведенных пяти концепций маркетинга в сфере услуг должна занимать первое место концепция социального-этического маркетинга – предприятие должно предопределять нужды, желания и интересы своего целевого рынка и удовлетворять их более эффективно, чем конкуренты, причем так, чтобы поддерживать или повышать уровень благосостояния потребителей и общества в целом.

Подтверждению концепции маркетинга услуг в общественном сознании способствуют следующие факторы [2, с. 21]:

- усложнение производства и расширение потребностей;
- развитие кооперации и международного разделения труда, что требует адекватного развития коммуникационных услуг;
- углубление специализации и усиление тенденций к интеграции, что во все большей степени превращает производство услуг в специфический вид деятельности;
- обострение конкурентной борьбы между товаропроизводителями, что подталкивает их к предложению услуг для повышения конкурентоспособности продукции;
- ускорение темпов научно-технического прогресса, что позволяет предложить более совершенные способы удовлетворения потребностей, где услуги играют далеко не последнюю роль.

Сущность маркетинга услуг должна рассматриваться через содержание его целей, принципов, задач и функций.

Основными целями маркетинга услуг являются:

- постоянное расширение ассортимента услуг, что позволяет повышать рыночную власть производителя услуг;
- непрерывное повышение качества обслуживания, что способствует росту конкурентоспособности предприятия;
- обеспечение устойчивой тенденции роста рентабельности производства услуг, что делает экономически выгодным данный вид предпринимательской деятельности.

Важнейшими принципами маркетинга услуг выступают:

- комплексный подход к решению маркетинговых проблем. При этом категория «комплексный» включает:
 - разработку комплекса маркетинга услуг;
 - комплексное обслуживание потребителей;
 - комплексное решение маркетинговых проблем, стоящих перед производителем услуг;
- концентрация усилий на решение узловых маркетинговых проблем, включая концентрацию ресурсов на реализацию стратегии и тактики маркетинга услуг;
- специализация и кооперация в обслуживании клиентов, что позволяет завоевывать и удерживать рынки на основе активного использования конкурентных преимуществ в сфере услуг.

Задачи маркетинга услуг производны от маркетинговых целей предприятия сферы услуг и являются их конкретизацией. Если абстрагироваться от частных маркетинговых проблем, возникающих в сфере услуг, то можно выделить три группы задач маркетинга услуг:

- повышение надежности услуг, оказываемых потребителям, по времени, месту, качеству, цене и другим наиболее существенным для потребителей свойствам услуг;

- рост конкурентоспособности предприятия-производителя услуг на основе последовательного воплощения в жизнь планов маркетинга услуг;
- безопасность обслуживания клиентов, что предполагает обеспечение не только физической безопасности в процессе удовлетворения спроса на услуги, но и безопасность экономическую, социальную, экологическую, морально-этическую и пр.

Сегодня сфера услуг является одной из самых перспективных, быстроразвивающихся сфер экономики. Она охватывает широкое поле деятельности: от торговли и транспорта до финансирования, страхования и посредничества самого разного рода. Гостиницы и рестораны, салоны красоты, учебные и спортивные заведения, туристические фирмы, медицинские учреждения, музеи, театры и кинотеатры относятся к сфере услуг.

В настоящее время менеджеры предприятий, работающих в сфере услуг, проявляют все больший интерес к маркетингу услуг. Этот интерес обусловлен стремительным развитием различных отраслей услуг (страхование, рекрутинг, туризм, частная медицина и прочие).

Согласно модели маркетинга услуг Ф. Котлера в маркетинге компаний, работающих в сфере услуг, есть три взаимосвязанные единицы [3]:

- 1) компания (или руководство компании);
- 2) контактный персонал;
- 3) потребитель.

Приведенные три единицы образуют три контролируемых звена:

- компания – персонал;
- компания – потребитель;
- персонал – потребитель.

Для эффективного управления маркетингом необходимо развивать три стратегии, направленные на эти три звена.

Стратегия внутреннего маркетинга направлена на звено «компания – персонал» и призвана мотивировать сотрудников на качественное обслуживание потребителей.

Стратегия внешнего, или традиционного, маркетинга направлена на звено «компания – потребитель». Она связана с вопросами ценообразования, коммуникаций и каналами распределения.

На звено «персонал – потребитель» направлена стратегия двустороннего, или интерактивного, маркетинга. Эта стратегия должна контролировать качество оказания услуги при взаимодействии персонала и потребителей.

Большинство предприятий научились эффективно вести бизнес и соответствовать спросу по ключевым параметрам, таким как: цена, качество и т.п. Усиление конкуренции заставляет предприятия различных отраслей и сфер деятельности использовать все более тонкие, адаптированные под особенности отрасли инструменты повышения конкурентоспособности, каким и является внутренний маркетинг.

Список используемых источников и литературы

5. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа – М.: Финансы и статистика, 1994. – 416 с.
6. Виханский О.С. Менеджмент [Текст]: учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – 3-е изд. – М.: Гардарики, 2007. – 528 с.
7. Коровина Ю.Б. Внутренний маркетинг как эффективный инструмент управления персоналом предприятий сферы услуг [Текст]: дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / Коровина Юлия Борисовна. – Ростов н/Д, 2008. – 176 с.

ПРОЕКТ ГРУППОВОГО ТУРА В ЧЕРНОГОРИЮ «КРАСКИ АДРИАТИКИ»

В статье представлено информационно-методическое обеспечение группового тура в Черногорию (г. Будва) под названием «Краски Адриатики». Целевая аудитория – семьи с детьми, молодые люди, активные туристы. Основные параметры тура: продолжительность – 7 дней/8 ночей, класс – экономичный, вид – купально-пляжный, транспорт – авиаперелет, поселение – вилла. В туре запланировано факультативное предоставление трех экскурсий по Адриатическому побережью. Технологическая документация тура отвечает нормативным требованиям, направленным на защиту прав потребителей.

Ключевые слова: тур, купально-пляжный туризм, Черногория, Будва.

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 100400 туризм (квалификация "магистр") предполагает приобретение студентами современных теоретических знаний и практических навыков по созданию действенной системы взаимодействия между всеми субъектами туристического рынка: туроператоров, турагентов, предприятий-производителей туристских услуг с целью создания и реализации программ туристского обслуживания [1]. Исходя из этого, разработка туристских маршрутов для студентов вышеуказанной специальности является актуальной на сегодняшний день.

Проблемы разработки туристских маршрутов являются объектом научных исследований М. Б. Биржакова, И. В. Зорина, В. А. Квартальнова, А. С. Кусковой, О. А. Любичевой, Т. Г. Сокол и других. В работах этих авторов, на основе теоретических обобщений практического отечественного и зарубежного опыта, научно обоснована методика составления туристских маршрутов.

Целью статьи является разработка группового тура в Черногорию «Краски Адриатики».

Современное состояние туристской отрасли в Черногории дает основание для разработки нового тура в эту страну. Групповой тур выбран не случайно. Нестабильная экономическая ситуация на Луганщине и снижение курса рубля вынуждают все большее количество людей выбирать более экономичные поездки. Туры купально-пляжной направленности в Черногорию уже более десяти лет пользуются значительной популярностью в нашем регионе. Они привлекают совмещением купально-пляжного отдыха и экскурсионных программ.

Главным пунктом маршрута, разработанного в данной работе тура «Краски Адриатики», является Будва – центр туризма в Черногории. В Будву, на побережье Адриатического моря, едут те, кому нужен активный, веселый и познавательный отдых. Большое количество дискотек, баров, ресторанов, ночных клубов предлагают свои развлекательные программы, и жизнь на улицах не утихает целые сутки. Будва расположена очень удобно: ближайший аэропорт находится всего в десяти километрах – в Тивате. Через город проходит и железная дорога Белград-Бар.

Отдых в Будве будет интересен тем, кто предпочитает физический отдых и релаксацию, а также увлекается историей, ведь поселение на этом месте возникло более 2,5 тыс. лет назад. Город считается одним из древнейших поселений на берегах Адриатики, потому здесь сосредоточено множество памятников архитектуры различных времен. Любители старины часто приезжают сюда совсем не ради пляжного отдыха, а лишь для того, чтобы увидеть цитадели, крепости и часовни, которые строились тут с самого начала времен.

Общая протяженность пляжей в Будве и ее окрестностях составляет 12 километров, поэтому каждый может выбрать для себя подходящее место отдыха у моря. В черте города можно найти мелкогалечные пляжи, широкие, чистые и ухоженные. Самым востребованным является Славянский пляж, рядом с которым находится одноименная гостиница. Если пройти полкилометра от Старого города до подножия высоких скал, можно попасть на пляж Могрен. Он включает в себя два песчаных пляжа, которые соединяет туннель. Исключительная чистота этого места стала причиной редкого знака отличия – белого флага.

Пляж Пизана располагается у места впадения в море речки Будвы. Его популярность связана с тем, что посетители пляжа имеют счастливую возможность прямо на берегу моря отведать блюда находящегося неподалеку ресторана, кстати, одного из лучших в городе. В трех километрах от города расположен еще один красивейший пляж Черногории – «Яз». Здесь песчаные берега тонут в волнах Адриатического моря, а с другой стороны к ним подходят зеленые и роскошные насаждения. «Трстено» – курорт с песчаными пляжами, тихими и уединенными. Здесь нет большого количества туристов, шумных дискотек и пабов. Идеальное место для медового месяца или для отпуска с детьми. Песчаные пляжи, усыпанные песком, также можно найти на острове Св. Николы, который находится неподалеку от Будвы – это настоящий рай, где можно увидеть потрясающую флору, широкие и уютные бухты и чистейшее море.

Целевая аудитория этого тура может быть разнообразной. Предлагаемая программа подходит для семей с детьми, дружественной компании молодых людей, а так же для активных туристов, желающих совместить пляжный отдых с осмотром культурно-исторических объектов Адриатического побережья этой замечательной страны.

Тур «Краски Адриатики» и его технологическая документация будет отвечать нормативным требованиям, направленным на защиту прав потребителей. Они контролируются в процессе проведения сертификации туристской продукции.

Рассмотрим информационно-методическое обеспечение тура «Краски Адриатики».

1. Технологическая карта туристского путешествия «Краски Адриатики» по маршруту Киев-Тиват-Киев, 2016 г.

Основные показатели маршрута:

- Класс обслуживания: экономичный.
- Вид маршрута: комбинированный.
- Продолжительность путешествия: 8 дней, 7 ночей.
- Экскурсии, включенные в стоимость тура: 0.
- Экскурсии, не включенные в стоимость тура: 3.
- Количество групп и число туристов в группе: 1 группа, 15 туристов.
- Меры по обеспечению безопасности: инструктаж по технике безопасности на маршруте.
- Стоимость путевки на 1 человека от 501 евро.

Экскурсионные объекты тура «Краски Адриатики»(все объекты представлены в факультативных экскурсиях):

– природные объекты: Боко-Которская бухта, Тиватский залив, Которский фьорд, национальный парк Биоградска гора, Биоградское озеро, старые оливковые рощи в г. Бар;

– культурно-исторические достопримечательности:

в г. Бар (древние здания и городские ворота, собор Святого Георгия, мечеть Омербашича, церковь Святого Николы, памятник, символизирующий освобождение Черногории от турок);

в г. Ульцинь (Церковь Святого Николы, мечеть, исторический музей).

2. Программа группового тура «Краски Адриатики».

1 день.Киев-Тиват-Будва. 05:10 Вылет в из Киева (а/п «Борисполь») в Тиват. Рейс 7W7213 Киев-Тиват а/к Роза Ветров. 14:20 Прилет в Тиват (а/п «Тиват»). Трансфер аэропорт-отель. Размещение в отеле г. Будва. Свободное время в Будве. Ночлег.

2 день.Будва. Завтрак. Отдых на побережье или факультативная поездка «Звезды Боко-Которского залива» –вечерний круиз по Боко-Которской бухте на двухпалубном корабле «VODENA КОСИЈА» (Водная карета) с рестораном и баром. Путешествие начинается в Тиватском заливе, далее следует через самую узкую часть залива «Вериге» в сторону города Пераст и старого города Котор. На борту корабля для гостей предлагается ужин, состоящий из рыбных и

мясных блюд средиземноморской кухни. Программа вечерней прогулки заканчивается в г. Тиват, после чего предусмотрено возвращение в отель на комфортабельном автобусе. Ориентировочное время: с 18:00 до 23:00. Стоимость билетов составляет: взрослый 60 евро, детский 45 евро. В стоимость входит: кондиционированный автобус, русскоговорящий гид, прогулка на корабле, ужин на корабле, музыкальная программа. Ночлег.

3 день.Будва. Завтрак в отеле. Отдых на побережье. Ночлег.

4 день.Будва. Завтрак в отеле. Отдых на побережье или факультативная экскурсия «Юг Черногории». Поездка на автобусе вдоль Адриатического побережья Черногории к южным городам Петровац, Сутоморе, Бар, Ульцинь. Остановка в городах Бар и Ульцинь. Купание на самом большом пляже в Черногории «Velika Plaza». Ориентировочное время: с 6:00 до 20:00. Стоимость билета составляет: взрослый 30 евро, детский 15 евро. В стоимость входит: кондиционированный автобус, русскоговорящий гид, билет в Старый город Бар, туристический сбор в г. Ульцинь. Ночлег.

5 день.Будва. Завтрак в отеле. Отдых на побережье. Ночлег.

6 день.Будва. Завтрак в отеле. Отдых на побережье или факультативная экскурсия «Джип-сафари» – интересная поездка по территории национального парка Биоградска гора. Она рассчитана на любителей активного отдыха. Проходит экскурсия по редким местам, где невозможно проехать на автобусе или автомобиле. Экскурсия также включает пикник на Биоградском озере. Ориентировочное время: с 6:00 до 20:00. Стоимость билета: взрослый 100 евро, детский 60 евро. В стоимость входит: комфортабельный кондиционированный автобус, русскоговорящий гид, поездка на джипах, завтрак, обед, услуги квалифицированных инструкторов.

7 день.Будва. Завтрак в отеле. Отдых на побережье. Ночлег.

8 день.Будва-Тиват-Киев. Завтрак. Трансфер отель-аэропорт. 07:20 Вылет из г. Тиват (а/п «Тиват»). Рейс 7W7214 Тиват-Киев а/к Роза Ветров. 10:35 Прибытие в Киев (а/п «Борисполь»).

3. Характеристика услуг, входящих в тур «Краски Адриатики». К исполнителям услуг в туре относятся:

- аэропорт «Борисполь» (IATA: ROV), г. Киев.
- аэропорт «Тиват» («Tivat») (IATA: TIV), г. Тиват.
- транспортная авиакомпания Украины «Роза Ветров»
- предприятие размещения, вилла «Villa Nikolaselena 3*».

Транспортные услуги. Предполагается авиаперелет: Киев – Тиват – Киев.

Билеты туда-обратно. Класс перелета – эконом. Вылет: из Киева, а/п «Борисполь» (IATA: ROV). Прилет: в Тиват, аэропорт «Тиват» (IATA: TIV). Авиакомпания «Роза Ветров». Трансфер: аэропорт-отель-аэропорт.

Для рассматриваемого тура был выбран именно авиационный транспорт по ряду причин:

- это самый быстрый и удобный вид транспорта при переездах на дальние расстояния;
- сервис на авиарейсах является самым привлекательным для туристов;
- авиационные компании напрямую и через международные сети бронирования и резервирования выплачивают туристским агентствам комиссионные за каждое забронированное в самолете место, мотивируя их тем самым выбор авиаперевозки.

Расстояние между Киевом и Тиватом составляет 1268 км. Разница во времени составляет минус 1 ч. Рейсы вылетают из Киева ежедневно с различными интервалами. Время полета Киев-Тиват для прямого рейса составляет в среднем 2 ч. 15 мин. Это значительно быстрее, чем поездка на поезде или персональном авто. Регулярные рейсы на маршруте Киев-Тиват-Киев совершает 6 авиакомпаний.

По мнению автора, наиболее удобной компанией по поиску авиабилетов является сайт компании «Авиакасса». С помощью этой поисковой системы были найдены самые дешевые авиабилеты по беспересадочному маршруту Киев-Тиват-Киев. Их предлагает авиакомпания «Роза Ветров» по цене 220 евро. Стоимость указана с учетом скидки, которая предоставляется туроператору при бронировании. Расписание рейсов Киев-Тиват-Киев данной авиакомпании представлено в таблице 1.

Табл. 1

Расписание рейсов Киев-Тиват-Киев а/к «Роза Ветров»

Направление	Рейс	Время вылета	Время в пути	Время прилета
Киев-Тиват	7W7213	05:10	2 ч. 20 мин.	06:30
Тиват-Киев	7W7214	07:20	2 ч. 15 мин.	10:35

Для осуществления трансфера из аэропорта г. Тиват в отель и обратно применяется арендованный микроавтобус марки «FIAT».

Услуги размещения. Размещение на вилле «Villa Nikolaselena 3*». Вилла представляет собой двухэтажное здание, расположенное в тихой части Будвы. Расстояние: до центра города – 800 м, до аэропорта в г. Тиват – 20 км, до автобусной остановки – 700-800 м, до ближайших магазинов – 15-20 м. В 400 метрах от отеля – 7 минут ходьбы – находится городской галечный пляж «Словенска Плажа». На пляже предоставляется возможность принять участие водных видах спорта. Реновация виллы проводилась в 2005 г. Здание виллы окружено красивым домашним садом.

Вилла состоит из 14 двух, трех и четырёхместных номеров. Максимально допустимое размещение 2, 3 или 4 человека. Описание номеров:

– TRPL ROOM (18 кв. м). Вместимость: 2+1 чел. В номере: French кровать и дополнительное место для 3 го чел., ванная комната, балкон.

– QDRPL ROOM (23 кв. м). Вместимость: 4 чел. В номере: French кровать и 2 одноместные кровати для 2 чел., ванная комната, балкон. Каждый номер оснащен кондиционером, холодильником, чайным набором, кабельным телевидением, феном, ванной комнатой с душевой кабиной, бесплатным интернетом, общей террасой перед номерами.

Питание в отеле «VillaNikolaselena 3*» представляет собой завтрак, полупансион. Не далеко от виллы расположен ресторан «Дисней». Тип питания: по меню. Владельцы виллы предоставляют возможность заселения до 14:00. Адрес отеля: Ul. Cetvrtaproleterskabr. 6, 85310 Budva, Montenegro.

Услуги питания. Тип питания на вилле «Villa Nikolaselena 3*» –ВВ. Это означает бесплатное питание только во время завтраков, которые представлены континентальным завтраком (*Continental Breakfast*). Это легкий завтрак, состоящий чаще всего из колбасы и сыра, рогалика с джемом, булочки с маслом, маленькой упаковки йогурта, кофе или чая. Обязателен за завтраком сок, который обычно наливается из автомата.

Важно заметить, что в гостинице любого уровня завтрак входит в стоимость проживания и отказаться от него невозможно. Обычно завтрак накрывается не позднее 7 утра, но если турист выезжает в аэропорт или на экскурсию раньше, то об этом необходимо сообщить заранее – ему накроют завтрак пораньше или дадут с собой ланч-пакет.

Экскурсионное обслуживание. Приступая к разработке экскурсионного маршрута в Черногорию, мы исходим из того, что туроператор, от лица которого разрабатывается тур, является как инициативным, так и рецептивным. Он формирует тур и программу обслуживания в туристской дестинации, используя для этого прямые договора с поставщиками услуг. Разрабатываемый туристский продукт включает 3 факультативные экскурсии: «Звезды Боко-Которского залива» (круиз), «Юг Черногории», «Джип сафари».

Проведенные экономические расчеты дают основание утверждать, что данный турпродукт будет востребован и потребляем. Цена турпродукта приемлема для людей со средним уровнем доходов, а потребительские свойства его будут соответствовать потребностям туристов.

Литература:

1. Приказ Минобрнауки РФ от 28.10.2009 № 488 "Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 100400 Туризм (квалификация (степень) "магистр")" [Электронный

ресурс]. – Режим доступа:
<http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=116230>(дата
обращения 24.03.2016)

Е.Е. Чалая
Луганский университет
имени Тараса Шевченко

ПРИРОДНО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ТАИЛАНДЕ

Азиатско-Тихоокеанский макрорегион (АТР) – самый большой по территории туристский макрорегион мира. Наиболее популярной страной АТР, с точки зрения международного туристического спроса, является Таиланд. Активному использованию туристских ресурсов Таиланда способствует экономика этой страны, среднегодовые темпы роста которой составляют 4-5 %. Специалисты прогнозируют для Таиланда хорошее туристическое будущее.

Проведенный нами анализ научной литературы выявил недостаточный уровень разработки изучаемой проблемы. О. Любичева, Е. Вавилова, Ю. Темный, Л. Темная, Н. Кудла, И. Зорин, В. Квартальнов, Ф. Котлер, А. Маршал, Г. Журавлева, Г. Карпова исследовали отдельные аспекты функционирования мирового туристического рынка. Рассмотрению Таиланда с позиции географической характеристики посвящены работы Н. Мироненко, П. Масляка, С. Лаврова, Р. Блия, П. де Муллера, В. Безуглого, А. Голикова, Ю. Грицака, Н. Казаковой, В. Сидорова. Анализ развития туристического рынка Таиланда стал предметом исследования А. Александровой, И. Смалия, А. Романова, Р. Саакянца, С. Щербаковой, А. Дуровича, И. Кабушкина, Т. Сергеевой и т.д. В сети Интернет встречаются единичные студенческие научные работы, посвященные видам туризма и туристическим центрам Таиланда. Что же касается комплексного освещения природно-географических условий развития туризма в Таиланде, то можно с уверенностью утверждать, что исследования по данной проблематике отсутствуют.

Цель статьи – изучить природно-географические условия развития туризма в Таиланде.

Таиланд расположен на полуостровах Индокитаяи Малакка, в Юго-Восточной Азии. Географически, климатически, с точки зрения природных ресурсов, разнообразия форм рельефа и даже этнического состава Таиланд делится на следующие основные части –Центральную, Восточную, Северную, Северо-восточнуюи Южную [2].

Наибольшая протяжённость территории с запада на восток составляет 780 км, с севера на юг –1650 км. На юго-западе территория Таиланда омывается Андаманским морем, с востока и юга –Сиамским заливомЮжно-Китайского моря, совокупная протяжённость береговой линии –3 219 км. Основная часть

побережья низменная, местами сильно заболоченная. Западная часть полуострова Малакка пересеченно расовыми заливами и эстуариями мелких рек. В Сиамском заливе рядом с камбоджийской границей находятся острова Чанги Кут, у полуострова Малакка – острова Самуй, Пхангани, а также несколько мелких островов. В Андаманском море лежат острова Сурин, Симилян, Пхукет, а также другие острова меньшей площади [3].

Большая часть государственной границы Таиланда – общая длина 4 863 км – проходит по естественным коридорам – граница с Камбоджой проходит по горным грядам на юго-востоке, с Лаосом – по реке Меконгна востоке и северо-востоке. На западе Таиланд граничит с Мьянмой, а на юге страны расположена граница с Малайзией. Основные границы были установлены в конце XIX и начале XX вв. в соответствии с соглашениями, навязанными Таиланду Великобританией и Францией. Однако ещё в конце 1980-х годов существовал территориальный спор на границе с Лаосом и Камбоджой [2].

По мнению ученого Г. Блия, Таиланд может служить хрестоматийным примером государства удлинённой формы. От компактной расположенной материковой части, столица и главные территории плодотворных возможностей, 1000-километровый коридор суши, который простирается на юг до границы с Малайзией. В самом узком месте полуострова Малакка – перешейке Кра – Мьянма исчезает, а Таиланд сходит в Андаманское море и в Сиамский залив. Во всей стране ни одна местность не расположена дальше от столицы, чем юг данного выступа [1, с. 639].

Более 50 % территории Таиланда расположено в низменностях, наиболее крупная из них – Менамская низменность – находится в центральной части страны по течению реки Чаупхрая. Необходимо сказать, что из-за речных приливов в устье этой реки суша наступает на Сиамский залив очень быстро – скорость 2-3 м в год. На юге от перешейка Кра – на полуострове Малакка – располагаются равнины с небольшими горами и кряжами. Их наивысшая точка – гора Луанг – 1835 м. Побережье Андаманского моря сильно изрезано, имеются скалы, острова, а также рифы подводные рифы [2].

Западную и северную границы Таиланда занимают меридианально располагающиеся горные системы и холмы. Необходимо подчеркнуть, что структура гор складчато-глыбовая, поверхность глубоко расчленена, склоны местами крутые. Наиболее высокие хребты – Кун-Тан, Танен-Таунд-жи, Билаук-Таунг. Самая высокая гора Таиланда – Дой-Интханон – 2576 м. Северо-восточная часть Таиланда – обширное плато Корат. Между горами на западе и севере и плато Корат на востоке расположена Менамская низменность. На юго-востоке в состав Таиланда включается небольшой участок Кардамоновых гор. Южную часть Таиланда занимают главным образом низменные равнины, над которыми возвышаются небольшие массивы и горы [6, с. 372].

Климат Таиланда тропический, муссонный. Прохладный сезон продолжается в стране с ноября по февраль. Это время считается лучшим для визита в эту страну, т.к. с середины марта по середину мая в Таиланде – сезон жары. Днем

очень знойно, и даже ночи не приносят облегчения. Термометр часто показывает $+40^{\circ}\text{C}$ в тени и даже выше на засушливой равнине к северо-востоку от Бангкока. С июня по сентябрь в Таиланде имеет место длинный сезон дождей. Жара чуть-чуть спадает, но высокая влажность делает обстановку не менее тяжелой для европейцев. В Бангкоке дожди обычно проливные и идут во второй после обеда, а утром уже светит солнце. В Паттае, которая славится своими пляжами, наблюдается более солнечный микроклимат. На западном побережье полуострова Пхукет дожди идут вплоть до конца ноября. Периодически с октября по ноябрь на побережье обрушиваются тайфуны. 24 декабря 2004 г. перевернуло сильнейшее цунами, обрушилось на Индонезию и Таиланд. Оно забрало более 300.000 человеческих жизней [4].

Примерно 90% всех годовых осадков в Таиланде определяются юго-западным муссоном. Продолжительность сезона дождей прогнозировать сложно, начинается он в мае, но в мая выпадает и максимум осадкой. В центре страны и на восточном побережье сильные дожди также идут в августе-сентябре. Сезон дождей длится чуть меньше полугода. Обычно среднегодовое количество осадков по стране – 1600 мм. Норма осадков на севере и северо-востоке страны – 800-1500 мм, на плато Корат – 900 мм, в центре – 1200-2000 мм, а на юге – 2000-4000 мм. В приграничных горных районах выпадает до 3000 мм осадков [3]

Таиланд богат водными ресурсами – по его территории и границам протекают полноводные реки, на которых построено несколько крупных водохранилищ. Реки Таиланда принадлежат бассейнам 2 морей – Андаманского и Южно-Китайского, но из последнего также отдельно выделяют бассейн Сиамского залива. Также выделяют 25 отдельных речных бассейнов. Большинство рек имеет дождевое питание (Меконг также питается ледниками), поэтому характерны резкие сезонные колебания уровня воды – в сезон летних дождей наблюдаются половодья, а в сухой период реки сильно мелеют.

Основной речной бассейн в Таиланде принадлежит реке Чаупхрая (Менам), его общая площадь составляет около 158 тыс. км² (около 35 % всей территории страны). Бассейн этой реки полностью находится на территории Таиланда, большая его часть лежит в Менамской низменности. Второй по величине речной бассейн расположен на востоке страны, большей частью на плато Корат. Он принадлежит крупнейшей реке Юго-Восточной Азии – Меконгу. Вдоль западной границы Таиланда на небольшом протяжении протекает ещё одна крупная река Азии – Салуин. На полуострове Малакка расположено несколько небольших горных рек [8].

Озёр на территории Таиланда мало. В восточной части полуострова Малакка, недалеко от города Сонгкхла, находится самое крупное – озеро Тхалелуанг. Оно вытянуто вдоль берега Сиамского залива на 75 км в виде лагуны. Сток из озера реализовывается через рукав на севере страны.

В отличие от озёр, искусственных водоёмов в королевстве довольно много. В верхнем течении реки Пинг гидроузлом Бхумбиол создано крупное водохранилище. На втором притоке Чаупхраи – реке Нан – располагается

водохранилище Сириkit. К югу – на реке Квай-Ной лежат – водохранилища Кхаулэм и Сринакаринда – на реке Квай-Яй. На полуострове Малакка находится водохранилище Чиаулан. В восточной части страны, в бассейне реки Чи, находятся водохранилища Убонратна и Лампау [3].

По состоянию на 2005 г. леса занимают 28,4 % территории страны, хотя в 1965 году этот показатель составлял около 60 %. В результате вырубки коренные леса на значительной территории замещены саваннами сакациевыми рощами, эвкалиптом, казуариной. В 1989 г. в стране были ограничены объемы лесозаготовок, однако масштабы вырубки лесов сократились ничтожно [3].

Тропический Таиланд насыщен яркими и разнообразными красками своей флоры и фауны. Разнообразие видов растений и животных просто потрясает. В лесах королевства обитает множество животных. Здесь обитают: слоны и носороги, обезьяны и лемуры, волки и медведи, тигры и крокодилы и многие, многие другие животные. В Таиланде слон является священным животным. В каждом городе стоит скульптура Айравата – это трехголовый слон. Белый слон – это королевский слон. Белый слон по поверьям был создан самим богом Индрой. Люди охраняют слонов от браконьерства и относятся к ним со всем уважением. Прогулки на слонах очень нравятся туристам всего мира. Вы даже можете пройти трехдневный курс по приучению слонов. Еще в Таиланде очень трепетно относятся к кошкам. Кошка вполне спокойно может охотиться на змей. Кошек сиамской породы завезли в Европу именно с Таиланда. Древнее название страны Сиам [5].

Флора Таиланда очень разнообразна. Практически вся территория страны – джунгли. Высокие деревья и пышные кустарники оплетены свисающими лианами и стеблями бамбука, делающими тропические джунгли непроходимыми. В лесах насчитывается тысячи и тысячи видов растений. Разнообразные орхидеи цветут круглый год и потрясают своей красотой и разнообразием. Яркий и ароматный гибискус растет вдоль троп и дороги. Имеются здесь разнообразные пальмы – банановая, финиковая, кокосовая. Для сбора кокосов тайцы приручили обезьян. Также в стране выращивается множество видов фруктовых деревьев. Туристы любят попробовать мякоть папайи или манго. Необходимо подчеркнуть, что отдыхающие открывают для себя ряд экзотических фруктов – рамбутаны или драгон фрукты. По природным заповедникам проложены километры туристических маршрутов. Туристы с удовольствием познают дикую, местами нетронутую природу королевства.

В Бангкоке и на других курортных островах располагаются красивейшие ботанические сады. В этих садах представлены не только многочисленные представители зеленой флоры и представители фауны Таиланда. Птицы в этих садах обитают свободно и непринужденно. В ботанических садах туристы могут прогуливаться, часами изучая представителей животного и растительного мира страны.

На территории королевства расположены многочисленные зоопарки и крокодиловые фермы. Здесь любопытный турист можетзнакомиться с фауной Таиланда в абсолютной безопасности. В зоопарках живут как хищные, так и

миролюбивые животные, которых разрешается кормить. А кормить крокодилов – это занятие для любителей экстремального отдыха [5].

В настоящее время в Таиланде насчитывается 102 национальных парка, а также 21 морской национальный парк. Национальными парками руководит DNP – Департамент национальных парков, дикой природы и растений, входящего в состав MONRE – Министерства природных ресурсов и охраны окружающей среды.

Первый национальный парк Кхауай был создан в 1961 г., после принятия Закона о национальных парках. Первый морской парк Хао Сам Рой Йот был основан в 1966 г. В 1993 г. администрация национальных парков была поделена на два департамента: наземных и, отдельно, морских парков [7].

Таким образом, можно констатировать, что изложенные выше природно-географические характеристики страны создают благоприятные условия для развития разнообразных видов туризма в стране. Так, для Южного Таиланда характерны купально-пляжный туризм, рыбалка; для Центрального Таиланда – купально-пляжный туризм, культурно-познавательный; для Северного Таиланда – пеший туризм, лечебно-оздоровительный, культурно-познавательный, экологический; для Северо-Восточного Таиланда – культурно-познавательный туризм.

Литература

1. Блїй Г. де. Географія: Світи, регіони, концепти / Г.де. Блїй, П. Муллер, О.І. Шаблїй ; пер. з англ.: Д. Олесевич ; пер. з англ.: [та ін.]. – Київ : Либідь, 2004. – 738 с. : рис.
2. Восточная и Юго-Восточная Азия : Таиланд // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/th.html> – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 15.01.2016.
3. География Таиланда // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%C3%E5%E0%E3%E0%E4%E8%FF_%D2%E0%E8%EB%E0%ED%E4%E0 – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 12.01.2016.
4. Климат в Тайланде : описание климата по месяцам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.meteostar.ru/ru/climate/Thailand/> – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 12.01.2016.
5. Растения и животные Таиланда // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://asean.ru/thailand/271-rasteniya-i-zhivotnye-tailanda.html> – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 15.01.2016.
6. Романов А.А. География туризма: Учеб. пособие / А.А.Романов, Р.Г. Саакянц. – М.: Советский спорт, 2002. – 464 с.
7. Список национальных парков Таиланда // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_национальных_парков_Таиланда – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 12.01.2016.

8. Таиланд // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://enc-dic.com/enc_sovet/Tailand-87006/ – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 15.01.2016.

И.Е. Чербанич
Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г. Луганск

К ВОПРОСУ О КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

Аннотация. В статье предоставлена информация о конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства, выделены принципы для определения конкурентоспособности гостиничного предприятия. Рассмотрены известные методики определения конкурентоспособности предприятий гостиничного хозяйства, указывающие на мероприятия для повышения конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность гостиницы; гостиничная индустрия; конкурентоспособность; гостиничная услуга; методики.

В настоящее время конкурентоспособность является главной составной частью оценки эффективности экономической деятельности гостиничной индустрии. Термин «конкурентоспособность» применяется к разным субъектам, которые способны выдержать конкуренцию.

С.И. Ожегов в «Толковом словаре русского языка» термин конкурентоспособность трактует, как способность выдерживать конкуренцию, противостоять конкурентам [5, с. 630].

Заслуженный деятель науки РФ академик, ученый Р.А. Фатхутдинов дает такое определение конкурентоспособности – это способность объекта выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке. Академик выделяет, что товар или услуга являются конкурентоспособными или неконкурентоспособными на конкретном рынке [7, с. 320].

В современной науке конкурентоспособность рассматривается широким кругом специалистов. Конкурентоспособность – это главный шаг к рыночному успеху товара и его производителя. Очень сложная задача, в деятельности любого предприятий гостиничного хозяйства – это проблема конкурентоспособности, а решение этой проблемы требует согласованной целенаправленной работы всех направлений.

Большой вклад в исследование проблем конкурентоспособности гостиничного хозяйства внесли такие отечественные и зарубежные ученые, как М. Е. Портер, Р. А. Фатхутдинов, С. И. Ожегов, А. Б. Василенко, Ю. Б. Иванов, Н. И. Кабушкин.

С развитием гостиничной индустрии проблема конкурентоспособности предприятий гостиничного хозяйства очень сильно обострилась. Решение этой проблемы требует активного поиска путей повышения конкурентоспособности на рынке гостиничных услуг. Исходя из этого, повышение конкурентоспособности гостиничного предприятия необходимо для получения максимальной прибыли.

Целью статьи является рассмотрение вопросов конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства.

Конкурентоспособность предприятия сегодня – это относительная характеристика, которая выражает отличия развития данного предприятия от развития конкурентных предприятий по степени удовлетворения своими товарами потребности людей и по эффективности производственной деятельности.

Конкурентоспособность – разноаспектное понятие, означающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, экономическим, техническим, эстетическим, эргономическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реализации. Т.е. сроки поставки, цена, каналы сбыта, сервис, реклама [1, с. 64 – 67].

Конкурентоспособность гостиничных услуг – это способность услуги эффективно и качественно удовлетворять потребности покупателей. Для того чтобы обеспечить коммерческий успех гостиничных предприятий нужно превосходить конкурентов на рынке по потребительским характеристикам услуг при минимальных затратах [6, с. 64].

Специалисты выделяют принципы конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства (рис. 1):

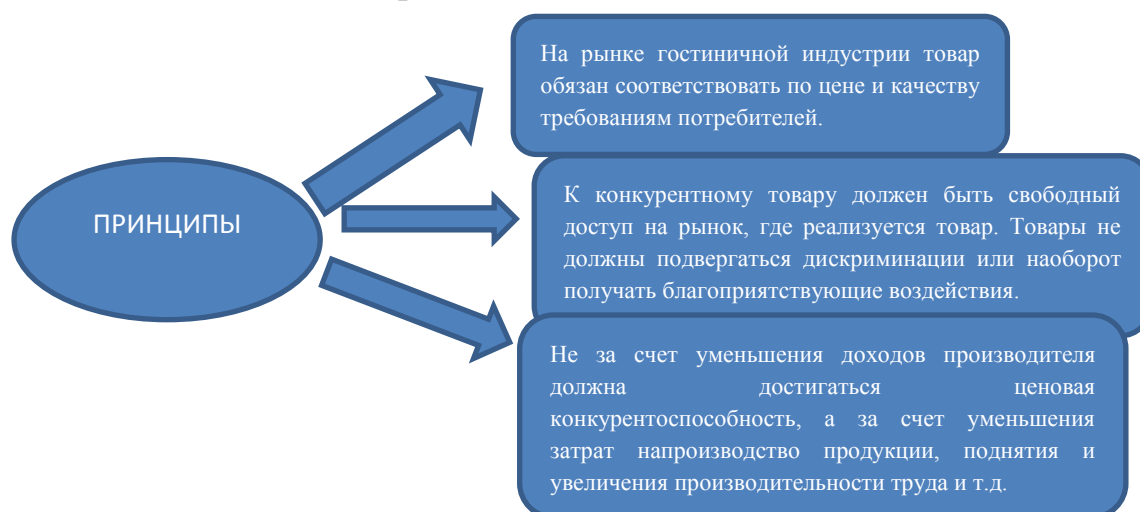


Рис.1. Принципы конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства.

Управление конкурентоспособностью гостиницы предполагает совокупность мер по систематическому совершенствованию услуг гостиницы, постоянному поиску новых групп потребителей, улучшению сервиса, рекламы.

Чтобы конкурентоспособность гостиницы приобрело индивидуальный оттенок, нужно чтобы каждый покупатель имел индивидуальные критерии оценки удовлетворения собственных потребностей. На этом понятие конкурентоспособность не исчерпывается.

Алгоритм определения конкурентоспособности предусматривает:

- определение цели оценки;
- определение областей (видов деятельности), учитываемых при анализе;
- выбор базы сравнения;
- определение характеристик, подлежащих измерению;
- оценка выбранных характеристик;
- расчет обобщенного, интегрального показателя конкурентоспособности;
- выводы о конкурентоспособности

В настоящее время существует очень много реальных и потенциальных конкурентных гостиниц. Для того что бы выявить реальных конкурентов и свою позицию на рынке нужно прогнозировать динамику конкурентной борьбы. Прodelываем это на основе оценки внутреннего потенциала предприятия в сравнении с реальными показателями конкурентов.

Существует очень много различных методик и стратегий конкурентоспособности предприятия таких авторов как: М. Портер, Ф. Котлер, Х. Маккей, Б. Карлофф, И. Липсиц. Остановимся на наиболее известной методике определения конкурентоспособности предприятий. Профессор Гарвардской школы бизнеса М. Портер определяет конкурентоспособность предприятия как способность успешно оперировать на конкретном рынке (регионе сбыта) в данный период времени путем выпуска и реализации конкурентоспособных изделий и услуг.

Наиболее известным приёмом для оценки конкурентоспособности организации является SWOT-анализ. Его название составлено из первых букв английского слов: сила, слабость, возможности и угрозы. Имеются виду внутренние параметры предприятия, которые можно отнести к его сильным и слабым сторонам, и внешние возможности и угрозы. Использование этого инструмента даёт возможность получить обзорную оценку состояния предприятия. В его основу положено определение сильных и слабых сторон организации, а также возможностей и угроз [3, с.128].

Этапы проведения SWOT-анализа:

1. Изучение сильных сторон
2. Изучение слабых сторон
3. Изучение факторов макросреды фирмы
4. Изучение стратегических и фактических возможностей
5. Согласование сил с возможностями для формирования проекта дальнейшего развития фирмы.

М. Портер в своем исследовании показал, что существуют три основные стратегии бизнеса, следуя которым, предприятия пытаются добиться конкурентных преимуществ:

1. Стремиться стать производителем с низкими издержками производства, для выпуска продукции с наименьшей себестоимостью в данной отрасли или сфере бизнеса.

2. Стремиться к дифференциации изделий и услуг для более полного удовлетворения нужд и запросов потребителей, что в свою очередь предполагает более высокий уровень цен.

3. Сфокусировать внимание на основных сегментах рынка, для удовлетворения нужд и запросов строго очерченного круга потребителей, либо за счет низкой цены, либо высокого качества[4, с. 112].

Чтобы добиться конкурентных преимуществ, Майкл Портер считает, нужно решить одновременно как минимум три задачи:

- повышение качества и потребительских свойств, продукта;
- снижение издержек и сохранение максимально приемлемого уровня цен;
- ориентация своей продукции на целевые сегменты рынка, где конкуренция в силу высокой степени неоднородности рынка ослаблена [3, с. 98].

Е. Н. Косвинцевой предложил формулу по определению конкурентоспособности гостиницы: конкурентоспособность гостиницы = конкурентоспособность гостиничных услуг + имидж (бренд) + сегментирование, где конкурентоспособность гостиничных услуг = качество + цена + обслуживание [2, с. 96].

При анализе конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства рационально отталкиваться от таких характеристик как:

- место расположения гостиницы;
- имидж гостиницы;
- комплекс средств обслуживания, включая комнаты для проживания, рестораны, другие общественные помещения, многофункциональные залы, помещения и оборудование для отдыха;
- уровень обслуживания, включая такие неосязаемые характеристики как степень формальности обслуживания, уровень персонального внимания к клиенту, скорость обслуживания и эффективность работы персонала, уровень цен.

Учитывая выше сказанное, мы можем констатировать факт, что повышение конкурентоспособности гостиничного предприятия зависит в основном от новых дополнительных услуг, например: тренажерный и спортивный залы, бильярдную, дискотеку, картинную галерею, оздоровительный центр и др.

Основная часть мероприятий для повышения конкурентоспособности гостиничного предприятия направлена на привлечение новых клиентов, приезжающих в город для деловых встреч и отдыха. Сегодня среди постояльцев гостиниц преобладают в основном деловые люди. И этой категории – людям, прибывающим с деловыми целями, – требуются другие условия проживания и наличие разных услуг для успешного выполнения ими своей миссии. Индустрия деловых встреч и связанных с ними поездок за последние десятилетия выросла в самостоятельную сферу бизнеса.

Выбор должен определяться не тем, какое решение приняла конкурирующая с ней гостиница, а тем, какие услуги будут востребованы именно ее клиентами, как проживающими в гостинице, так и просто гостям с улицы. Приступая к созданию новых гостиничных услуг, директор гостиницы должен определить рынок, на котором данный продукт будет реализовываться, предполагаемый объем продаж, его жизненный цикл, ориентировочную цену, затраты на его создание и период выпуска его на рынок. Такие требования к созданию новых гостиничных услуг исключают спонтанный характер данного процесса и предполагают наличие в гостинице механизма управления непрерывным развитием.

Такие услуги нуждаются в дополнительной рекламе, которая осуществляется через почтовую рассылку, пресс-релизы, объявления в специальных газетах или журналах, предназначенных для состоятельных людей, реклама на выставках и многих других местах.

Стратегия повышения конкурентоспособности предприятий гостиничного хозяйства обязательно должна учитывать уровень конкурентоспособности страны в соответствующих областях, прямо или косвенно воздействующих на конкурентоспособность гостиницы.

Таким образом, на современном этапе гостиничной индустрии проблема конкурентоспособности гостиниц остается актуальной. Эта проблема постоянно вынуждает предпринимателей искать пути повышения качества товаров, снижения цены, качества сервиса. Но чтобы усовершенствовать преимущества собственной гостиницы, прежде всего, следует изучить их у конкурентов. Это делается путём составления SWOT-анализа, дающего полное представление о сильных и слабых сторонах гостиницы, о её возможностях препятствующих угрозах. Основным направлением конкурентоспособности гостиничного предприятия является за счет предоставления новых дополнительных услуг. Приступая к созданию новых гостиничных услуг, директор гостиницы должен определить рынок, на котором данный продукт будет реализовываться, предполагаемый объем продаж, его жизненный цикл, ориентировочную цену, затраты на его создание и период выпуска его на рынок. Такие требования к созданию новых гостиничных услуг исключают спонтанный характер данного процесса и предполагают наличие в гостинице механизма управления непрерывным развитием.

Литература:

1.Зубков В. Кибернетический подход как методология улучшения качества и конкурентоспособности продукции// Стандарты и качество. – 2004. – № 2. – С. 64–67.

2. Косвинцева Е. Н. Обеспечение конкурентоспособности гостиничного предприятия промышленного центра: автореф. дис. ... на соискание ученой степени канд. эконом. наук / Е. Н. Косвинцева. – М., 2009. – 23 с.

3. Лесник А.В. Организация и управление гостиничным бизнесом / А.Л. Лесник, А.В. Чернышев — М.: Издательский дом «Альпина», 2001. — 212 с.

4. Лесник А.Л. Методика проведения маркетинговых исследований в гостиничном бизнесе. / А. Л. Лесник, М. Г. Смирнова – М.: ООО «САС ПЛЮС», 2002. – 126 с.

5. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова – М.: Азбуковник, 1997 – 944 с.

6. Панферов Н.А. Управление конкурентоспособностью российских организаций индустрии гостеприимства в современных условиях хозяйствования: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Н. А. Панферов. – М., 2009. – 26 с.

7. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / М.: ИНФРА-М, 2000. – 465 с.

И.Е. Чербанич, А.С. Сегоднина
Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г. Луганск

ХАРАКТЕРИСТИКИ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

Аннотация. В статье охарактеризованы и проанализированы факторы, влияющие на формирование конкурентных преимуществ предприятий гостиничного хозяйства.

Ключевые слова: конкурентоспособность гостиницы; факторы конкурентоспособности гостиничного предприятия; гостиничная индустрия; конкурентоспособность; услуга.

В настоящее время происходит бурное развитие гостиничного бизнеса. Это влечет за собой создание, как мелких гостиниц, так и больших гостиничных цепей. Все это подтверждает существование огромной конкуренции в данном рыночном сегменте.

Факторы конкурентоспособности – это те явления и процессы производственно-хозяйственной деятельности предприятия и социально-экономической жизни общества, которые вызывают изменение абсолютной и относительной величины затрат на производство, а в результате изменение уровня конкурентоспособности предприятия.

Конкурентоспособность гостиничных услуг – это способность услуги эффективно и качественно удовлетворять потребности покупателей [7, с. 64].

На конкурентоспособность гостиничного предприятия влияет множество факторов: финансовое положение предприятия; наличие передовой технологии; обеспеченность высококвалифицированными кадрами; способность к продуктовому и ценовому маневрированию; наличие сбытовой сети; состояние технического обслуживания; возможность кредитования; действенность

рекламы; обеспеченность информацией, платежеспособность основных покупателей [1, с.322].

Предприятия способны функционировать в текущих экономических и политических условиях. Т.е. решать налоговые проблемы; обеспечивать финансовую устойчивость и независимость, заниматься оснащением материально технической базы предприятия и снижать степень ее износа, организацией деятельности по всем направлениям — финансовой, хозяйственной, сбытовой, аналитической, обслуживающей [3, с.11].

Потребитель, ориентируясь на привлекательность услуги, способствует повышению конкурентоспособности гостиницы, обеспечивая ей доход и возможность реализации факторов: характеризующие предприятие, услугу, маркетинг. Выбор, обоснование, группировка и ранжирование степени влияния факторов на конкурентоспособность гостиничного предприятия следует осуществлять с учетом специфики его деятельности.

Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятий гостиничного хозяйства, считаем целесообразным разделить на четыре группы [3, с. 11]:

- первая группа – характеризующая предприятие;
- вторая группа - услугу;
- третья – обслуживание клиентов;
- четвертая – характеризующая маркетинг.

Значимость и характер влияния данных групп факторов на обеспечение конкурентоспособности предприятия индустрии гостеприимства различна.

Факторы I группы призваны показать характеристики самого предприятия. По своему составу факторы, включенные в данную группу, также существенно отличаются. Например, репутация (имидж) гостиницы, казалось бы, на первый взгляд не имеет ничего общего ни с организацией деятельности, ни с экономикой предприятия, однако значимость этого фактора велика. Репутация гостиницы очень часто формируется в результате оценки уровня и качества обслуживания самим гостем [8, с.120].

Персонал является важнейшим фактором, характеризующим предприятие. Для услуг гостеприимства значимость этого элемента экономического потенциала организации особенно велика, поскольку от уровня профессионализма персонала, его умения работать с людьми зависит качество услуги и обслуживания гостя.

Финансовое состояние предприятия гостеприимства определяет его платежеспособность, экономическую независимость и создает условия для стабильного развития. Финансовое состояние предприятия определяется результатами деятельности, поскольку основным финансовым источником является прибыль, получаемая предприятием. Рост же прибыли может быть обеспечен за счет увеличения объема продаж услуг при сохранении издержек на прежнем уровне; при увеличении издержек в меньших масштабах, чем рост объема реализации услуг или при их снижении. В связи с этим данный фактор конкурентоспособности действует как комплексный, испытывающий на себе влияние других факторов [2, с. 489].

Существенно характеризует предприятие и влияет на его конкурентоспособность, действующая система управления [6, с. 83–89].

Система управления – это состав и номенклатура управленческих органов и должностей [6, с. 83–89].

Прежде всего, это проявляется в той организационной структуре, которая выстроена на данном предприятии, расстановке управленческого персонала по уровням и звеньям управления, распределении работ и методах управления. Важным вопросом в оценке данного фактора конкурентоспособности является наличие профессиональной подготовки руководящего состава.

Факторы II группы отражают параметры услуги размещения. Потребителя услуг, как правило, интересуют соответствие цены и качества оказываемых услуг. В последние годы наблюдается приоритет качественных параметров услуги. И все же конкурентоспособность предприятий сферы гостеприимства во многом зависит от эффективности проводимой гостиницей ценовой политики [5, с. 218].

Важнейшим фактором рассматриваемой группы является классность оказываемых услуг. Системы классификации гостиниц и других средств размещения базируются на формируемых столетиями стандартах услуг. Используемые в мировой практике системы классификации средств размещения присваивают им различные категории, на основании которых у потребителя появляется возможность судить как о материальной стороне гостиничного продукта, так и о наборе нематериальных услуг. Информированность потребителя представляется основной задачей, которую призваны решать системы классификации средств размещения.

Важным фактором, характеризующим услугу, является структура и состояние номерного фонда [3, с. 15]. Структура номерного фонда зависит от уровня классности (количество звезд) гостиничного комплекса и определяется в соответствии с утвержденной распоряжением Правительства страны. Учет данного фактора конкурентоспособности гостиничного предприятия предполагает выявление степени соответствия заявленного и фактически реализуемого класса обслуживания клиентов.

Обеспечение качества услуг размещения, а, следовательно, и конкурентоспособности предприятия во многом зависит от организации работы соответствующей службы гостиницы. Назначение данного подразделения — обеспечение обслуживания гостей в номерах, поддержание необходимого санитарно гигиенического состояния гостевых комнат и общественных помещений, оказание бытовых услуг клиентам.

Одним из факторов, обеспечивающих соответствующий уровень проживания в гостинице, является обеспечение безопасности услуги, т.е. безопасности пребывания самого гостя в гостинице и безопасности и сохранности его имущества [4, с. 16]. Эти параметры в определенной степени влияют и на формирование репутации гостиничного предприятия, поскольку безопасность проживания — это та характеристика услуги, которая интересует многих пользователей услугами гостеприимства.

Факторы III группы являются весьма специфическими и характеризуют уровень и качество обслуживания клиентов [4, с. 16].

Эти параметры конкурентоспособности находятся «на поверхности». В отличие от финансового состояния предприятия, оценки кадрового потенциала и т.п. уровень обслуживания довольно просто и четко может оценить клиент. Если сотрудники гостиницы хмурые, неприветливые, излишне суетливые или, наоборот, излишне требовательные к гостю, его поведению, то, видимо, этика и культура обслуживания в таком отеле оставляет желать лучшего [4, с. 16].

В настоящее время в гостиничном бизнесе практикуется оказание не только основных услуг, но и сопутствующих и дополнительных. В крупных современных гостиницах это может быть и соответственно оснащенный бизнес центр; высокого класса салон красоты; оздоровительный или фитнес центр с набором разнообразных услуг; киноконцертный зал; библиотека; рестораны и бары; услуги прачечной и химчистки и т.п. Анализ качества гостиничных услуг помогает гостинице выявить имеющиеся недостатки в качестве своих услуг, определить их слабые и сильные стороны, наметить основные направления работы по улучшению их качества, выбрать соответствующую стратегию [4, с. 17].

Постоянство качества услуг — один из залогов успеха и процветания предприятия. Если гость получил во время своего проживания в гостинице ряд услуг, он должен быть уверен, что в следующий свой приезд качество услуг будет на прежнем уровне.

Качество услуги — это совокупность характеристик услуги, которые придают ей способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности

Четвертая группа факторов характеризует маркетинг. Его очень часто рассматривают как философию бизнеса и конкретное руководство к действию. С одной стороны, умело организованная маркетинговая деятельность дает представление о том, какие возможности он предоставляет для успешной работы в условиях конкурентного рынка. С другой стороны, отвечает на еще более важный вопрос — какие выгоды он приносит потребителям, какие проблемы позволяет им решать [4, с. 18].

Маркетинг — это организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации.

Главное в маркетинге — это целевая ориентация на потребителя и комплексность решения рыночных задач. В условиях оказания услуг конкретному потребителю существенно возрастает значимость маркетинговых исследований. Руководителям предприятий следует помнить, что маркетинг нацелен на перспективу, поэтому важно не просто исследовать и знать текущую рыночную конъюнктуру, но и предвидеть, как будет развиваться рынок в перспективе. Отсюда важность как краткосрочного, так и среднесрочного и долгосрочного маркетингового планирования.

Формулировка долгосрочных целей гостиничного предприятия и путей их достижения должны исходить из закономерностей протекания его делового цикла, который начинается с маркетинга и завершается финансовыми результатами деятельности, т.е. получением прибыли (нулевым результатом, убытками при некачественной маркетинговой деятельности) [4, с. 18].

Кроме того, гостиничное предприятие развивается и на основе жизненного цикла хозяйственной единицы, которая в условиях конкуренции проходит стадии внедрения, роста, зрелости, упадка и краха. Чтобы повысить или сохранить свою конкурентоспособность и, тем самым, продлить свою деятельность на неопределенно долгое время, предприятия должны предпринимать действенные меры нейтрализации его материального и морального старения.

Таким образом, на конкурентоспособность гостиничного предприятия влияет множество факторов – это факторы, характеризующие предприятие. Факторы, характеризующие услугу; факторы, характеризующие обслуживание клиентов; факторы, характеризующие маркетинг. Факторы I группы призваны показать характеристики самого предприятия. Факторы II группы отражают параметры услуги размещения. Факторы III группы являются весьма специфическими и характеризуют уровень и качество обслуживания клиентов. Четвертая группа факторов характеризует маркетинг. Потребитель, ориентируясь на привлекательность услуги, способствует повышению конкурентоспособности гостиницы, обеспечивая ей доход и возможность реализации вышеуказанных факторов. Выбор, обоснование, группировка и ранжирование степени влияния факторов на конкурентоспособность гостиничного предприятия следует осуществлять с учетом специфики его деятельности.

Литература:

1. Богоявленская Ю. В. Экономика и менеджмент труда: учебное пособие / Ю.В. Богоявленская, Е.И. Ходаковский. - Киев: Кондор, 2009. — 332 с.
2. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия / И.А. Бланк. – К.: Вид. «Ольга», Ника-Центр, 2004. – 720 с.
3. Конкурентоспособность гостиничных услуг и предприятий гостеприимства / Учебное пособие – М.: Издательский дом «Альпина», 2007 г.
4. Лесник А.В. Организация и управление гостиничным бизнесом / А.Л. Лесник, А.В. Чернышев — М.: Издательский дом «Альпина», 2001. — 212 с.
5. Мальська М. П., Худо В. В. Менеджмент туризма Введение в специальность / Учебное пособие – М.: Издательский центр ЛНУ им Ивана Франко, 2002 – 314 с.
6. Мухин В.И. Исследование систем управления: Учебник для вузов / В.И. Мухин — М.: Издательство «Экзамен», 2003.— 567 с.
7. Панферов Н.А. Управление конкурентоспособностью российских организаций индустрии гостеприимства в современных условиях хозяйствования: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Н. А. Панферов. – М., 2009. – 26 с.

8. Почепцов, Г. Г. Имиджология / Г. Г. Подчепцов. – М.: Рефл-бук. 2001. – 704 с.

Д.Т. Шевченко
Луганский университет
имени Тараса Шевченко
г. Луганск

БЕЗОПАСНОСТЬ В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

В статье доказано, что на сегодняшний день в мире выработаны основные подходы к обеспечению безопасности международного туризма. Основная деятельность разворачивается в рамках 70 международных неправительственных и общественных организаций разного профиля, курирующих вопросы развития туризма и обеспечения его безопасности. Результаты их деятельности представлены в международных стандартах и документах.

Ключевые слова: безопасность, международный туризм, Всемирная туристская организация.

Ведя речь о безопасности в сфере международного туризма, необходимо указать, что этот термин является многогранным и сложным. В первую очередь, нельзя упрощать мероприятия по безопасности туристских путешествий, нельзя также понимать их тривиально, просто как охрану культурно-познавательных и природных ресурсов туризма. Такой точки зрения придерживаются фирмы с приставками «секьюрити». В их понимании безопасность может быть обеспечена с помощью прикрепления к каждому туристу охранника. Однако мы считаем, что сопровождение туриста от аэропорта до аэропорта лишь раздражают его, отнюдь не помогая.

По мнению автора, безопасность туризма должна основываться на тщательно разработанной системе мероприятий, способствующих предотвращению заведомо опасных событий. Безопасность в туризме подразделяется на ряд степеней, в зависимости от места нахождения туриста: безопасность на транспорте, в средствах размещения, в центрах развлечений, в стране в целом. Поэтому меры безопасности должны быть приемлемыми как для местных жителей, так и для непосредственно туристов. Современная ситуация в мире требует выработки новых подходов в обеспечении безопасности туризма, особенно в рамках деятельности международных неправительственных и общественных организаций.

Мероприятия по обеспечению безопасности международного туризма являются объектом научных исследований ряда ученых, таких как М.М. Маринин, Г.Н. Жарков, В.П. Вахмистров, С.И. Вахмистрова, А.В. Сутягин, И.А. Феоктистов и других. В работах этих авторов, на основе теоретических обобщений практического отечественного и зарубежного опыта,

было научно обоснована необходимость развития системы безопасности международного туризма и определены основные направления ее реализации.

Целью статьи является изучение мирового опыта по разработке мер безопасности международного туризма.

Сегодня в мире насчитывается более 70 организаций различного профиля, которые координируют вопросы развития международного туризма и обеспечения его безопасности. От статуса этих организаций, их реальных полномочий и прав в сфере международной безопасности зависит и реальная обстановка в сфере международного туризма, в том числе и эффективность правовых мероприятий. Значительное распространение получили стандарты этих организаций, регулирующие вопросы безопасности путешествий.

Значительное количество указанных организаций функционируют под эгидой ООН. Ведущую роль среди них играет Всемирная туристская организация (ВТО). Одна из основных функций этой организации – обеспечение и контроль безопасности международного туризма. Исходя из этого, в последние 5 лет идет активная разработка Глобальной конвенции безопасности туристов. Разработчиками являются члены рабочей группы, которые представляют 34 государства. В ходе работы группы обсуждаются и решаются вопросы совместных планов и программ развития безопасности туризма, создания общей и открытой базы данных национальных законодательств в области безопасности путешествий; анализ и обобщение практической деятельности в области соблюдения и гарантирования безопасности туристов.

Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) создает и выпускает справочник «Международные путешествия и здоровье», в котором описываются риски в туризме, где систематизированы наиболее распространенные риски в сфере туризма, неблагоприятные природные и социальные факторы, права и обязанности туристов и организаторов путешествий, особенности обеспечения безопасности жизнедеятельности и здоровья в путешествиях. Также ВОЗ также издает «Руководство по безопасным пищевым продуктам для туристов».

Международная организация гражданской авиации (ИКАО) обеспечивает безопасность международного авиатранспорта. Международная ассоциация воздушного транспорта (ИАТА) занимается упорядочением международного авиационного сообщения, введением единообразных правил и норм, в том числе в области обеспечения и гарантирования безопасности туризма.

Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе (ОБСЕ) значительное внимание уделяет реализации международного партнерства в области обеспечения безопасности туризма. Всемирная торговая организация (ВТО) занимается вопросами качества и безопасности при реализации туристских услуг, доступа организаторов туризма на рынки зарубежных стран [1].

Безопасность туризма требует непрерывных контактов указанных организаций друг с другом. Так ВТО активно контактирует со следующими организациями по вопросам безопасности международных путешествий:

– ИКАО – взаимодействие по упрощению проездных документов и обеспечению безопасности в аэропортах;

– Интерпол – взаимодействие по координации и предупреждению угроз безопасности;

– ИМО – взаимодействие по более высокому уровню обеспечения безопасности в портах;

– ООН – взаимодействие по реализации конвенций о дорожном транспорте и международном железнодорожном сообщении; □

– ЮНЕСКО – взаимодействие по упрощению мер безопасности на объектах культурно-познавательной и природно-рекреационной направленности с одновременным повышением защищенности данных объектов;

– ВОЗ – взаимодействие по составлению рекомендаций для международных туристов; управление кризисными ситуациями; реализация международных санитарных норм; □

– Всемирной торговой организацией – взаимодействие по предотвращению дискриминации международных туристов.

Международные туристские корпорации, пользуясь серьезной политической и финансовой поддержкой, применяют собственные правила поведения в области безопасности туризма, которые носят международный (глобальный) характер. Часто эти стандарты связаны с использованием самых современных технологий обеспечения качества и безопасности услуг в индустрии туризма. В ряде случаев применение таких стандартов может причинить ущерб национальным интересам государств, в которых функционируют международные туристские корпорации.

Международные стандарты безопасности туризма, разработанные международными организациями, играют существенную роль не только в укреплении международного правопорядка в сфере туризма, но и оказывают влияние на состояние внутреннего законодательства большинства стран мира.

При этом необходимо подчеркнуть, что все документы таких международных организаций, в частности ВТО, носят рекомендательный характер. Их исполнение – решение государств-членов ВТО. Тем не менее, пренебрежение этими рекомендациями цивилизованными государствами так же не принято, как и несоблюдение норм международного права, которые являются составной частью правовой системы страны.

На международном уровне межправительственные организации универсального и регионального характера приняли ряд правовых документов, относящихся к безопасности туристов в различных турах: для пассажиров

воздушного транспорта (ИКАО); для пассажиров морских судов (ИМО); для международных посетителей и туристов в качестве потребителей в целом (ВОЗ, СТС, ОЭСР) или персонала, занятого в секторе туризма (МОТ, ВОЗ и др.).

Основные принципы, обеспечивающие безопасность международного туризма изложены в документах ВТО ЮНВТО (Манильская декларация по туризму (1982 г.), Кодекс туриста, Хартия туризма (1985 г.), Гаагская декларация по туризму (1989 г.), «Международная декларация по безопасности туризма и уменьшению рисков при путешествиях» (1995 г.), Глобальный этический кодекс туризма (1999 г.) и других международных актах [1].

Базовым из этих документов является Гаагская декларация по туризму. В ней подчеркивается, что законодательство государств, развивающих туризм, должно учитывать:

- 1) вопросы обеспечения защиты и безопасности туризма;
- 2) нормы по защите окружающей среды и сохранению культурной самобытности каждой страны.

Из-за постоянно возникающих кризисных ситуаций в туризме документ рекомендует государственному и частному секторам на систематической основе внедрять нормативную практику или подвергать переоценке существующую практику управления рисками и смягчения последствий кризисов для индустрии туризма.

В этих целях ВТО составило следующие документы, как: «Стратегия в области усиления безопасности и дальнейшего упрощения формальностей» (Стратегия S.A.F.E.), «Рекомендованные меры в области безопасности туризма», «Модель для безопасных турцентров в контексте упрощения формальностей», «Рекомендации по ответственному составлению предупреждений для лиц, совершающих поездки», «Руководство по защите и безопасности туристов» и др.

В начале XXI в. появились новые документы, посвященные проблемам устойчивого развития туризма и функционирования туристской индустрии в кризисных условиях. Обобщив эффективный мировой опыт обеспечения безопасности туризма, ВТО сформулировала рекомендации по созданию национальных советов по туризму и разработке национальных планов обеспечения безопасности туризма и защиты туристов.

Национальный план обеспечения безопасности туризма и защиты туристов предполагает включение в него таких компонентов:

1. Оценка реальных и потенциальных рисков и угроз безопасности в сфере туризма.
2. Выявление и предотвращение неправомерных действий в отношении туристов и формирование у местного населения высокого уровня «туристского сознания».
3. Защита туристов и местного населения от незаконного оборота наркотиков.
4. Защита объектов туристской индустрии, туристских ресурсов и инфраструктуры туризма от противоправных посягательств и в условиях возникновения чрезвычайных ситуаций; соответствующие рекомендации туристским администрациям и субъектам туристской индустрии при возникновении данных обстоятельств.
- 5.

Инструкции по взаимодействию со СМИ при возникновении кризисных ситуаций. 6. Общие рекомендации по управлению рисками и кризисами в сфере туризма. 7. Стандарты и практики обеспечения безопасности на объектах туристской индустрии, включая пожарную безопасность, санитарные требования, предотвращение хищений и т.д. 8. Принципы лицензирования мест проживания туристов, мест общественного питания, услуг такси и туристских гидов. 9. Информационное обеспечение личной безопасности туристов. 10. Национальная политика в области охраны здоровья туристов. 11. Страхование туристов. 12. Формирование статистики административных правонарушений и преступлений против туристов [1].

Таким образом, можно констатировать, что на сегодняшний день в мире выработаны основные подходы к обеспечению безопасности международного туризма. Основная деятельность разворачивается в рамках 70 международных неправительственных и общественных организаций разного профиля, курирующих вопросы развития туризма и обеспечения его безопасности. Результаты их деятельности представлены в международных стандартах и документах.

Литература:

1. Организационно-правовые основы туристско-гостиничного бизнеса. : Нормативно-правовые документы / Под ред. В.Н. Акишина, И.В. Гончаровой, Д.И. Клебанова, Н.Д. Малахаткиной. – М.: Финстатинформ, 1998. – 534 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: <http://ellib.library.isu.ru/cgi-bin/irbis> (дата обращения 24.03.2016)

Научное издание

ПЕРВЫЙ ШАГ В НАУКУ

Сборник научных работ

Ответственный за выпуск *А.О. Бабик*

Подп. к печати 17.06.15 г.

Формат 60x84 1/8. Бумага офсет. Гарнитура Times New Roman.

Печать ризографическая. Усл. печ. л. 38,36. Тираж 200 экз. Зак. № 11.

Издатель и изготовитель

Луганский государственный университет имени Тараса Шевченко

ул. Оборонная, 2, м. Луганск, 91011. Тел./факс: (0642) 53-65-37.

alma-mater@list.ru