

Научные записки ОрелГИЭТ

№2 (34)**2020 г.**

Издается с мая 2010 г. Выходит 4 раза в год.

Подписка во всех отделениях связи по объединенному каталогу
«Пресса России» (индекс Е13171)

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Свидетельство о регистрации:
ПИ № ФС77-67658 от 10 ноября 2016 г.

Учредитель: ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет
экономики и торговли»
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

Издатель: ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет
экономики и торговли»
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

При перепечатке ссылка на издание обязательна

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей

Редакция журнала «Научные записки ОрелГИЭТ»:
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12
Телефон: (4862) 255037, e-mail: almanah-ogiet@mail.ru

© ОрелГУЭТ, 2020

Подписано в печать 19.06.2020 г. Дата выхода в свет 30.06.2020 г.
Заказ №23. Формат 60х84¹/₈. Усл. печ. л. 8,7. Тираж 300 экз.
Цена свободная

Отпечатано с готового оригинал-макета
на полиграфической базе ОрелГУЭТ
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

Главный редактор:

Воронкова И.Е. доктор исторических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Редакционный совет:

Алдошина М.И. доктор педагогических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»

Дзуржинский К. PhD
Ягеллонский университет в Кракове, Польша

Дли М.И. доктор технических наук, профессор
Филиал ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский университет «МЭИ»
в г. Смоленске

Завиц М. PhD, doc. PaedDr. ThDr.
Университет Коменского в Братиславе, Словакия

Зубцов Ю.Н. доктор медицинских наук, профессор
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Лисичкин В.Г. доктор технических наук, доцент
ФГКВБОУ ВО «Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации»

Лозенко В.К. доктор технических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Паршутина И.Г. доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Орловский государственный институт университет и торговли»

Рисин И.Е. доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ
ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»

Шманев С.В. доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

Чечкин А.В. доктор физико-математических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

Ответственный редактор:

Жучков А.А. кандидат технических наук, доцент
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Литературный редактор:

Зайцева Н.Н. старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Переводчик:

Лепешкина Г.Г. старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

СОДЕРЖАНИЕ

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И СТАТИСТИКА

Лытнева Н.А., Боброва Е.А., Гурбанова С.К.

Способы и приемы анализа влияния расчетов с покупателями на прибыльность и рентабельность организации

5

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Скворцова Н.А., Вардикян Д.Г.

Организация коммерческих связей и выбор поставщика (на примере ПО «Опт-Торг»)

13

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Савина А.Г., Малявкина Л.И., Савин Д.А.

Анализ и моделирование бизнес-процесса «Выполнение проектно-изыскательских работ» как основа оптимизации его информационно-технологического обеспечения

18

Башкатова С.С.

Цифровые технологии в развитии персонала интегрированных сельскохозяйственных объединений

27

ОБЩАЯ И ПРАКТИЧЕСКАЯ ПЕДАГОГИКА

Жиляева С.К.

К вопросу о мерах борьбы с детской беспризорностью и безнадзорностью несовершеннолетних в первые годы советской власти

32

Грибанова М.Ю.

Индивидуальная образовательная траектория обучающегося в учреждениях общего среднего образования

35

ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ И ВОСПИТАНИЯ

Истомина А.А.

Деловая игра как средство формирования метапредметных умений обучающихся истории

39

Кобыченкова Е.В.

Использование кейс-метода на уроке обществознания как средства социализации обучающихся

43

Орехова Н.С.

Интерактивная рабочая тетрадь как дидактическое средство обучения истории

47

Путилина Ю.Ю.

Влияние семейных конфликтов на формирование личности ребенка

51

НАУКА БУДУЩЕГО

Дериволкова А.П.

Социальные сети как мощный маркетинговый инструмент

54

СОДЕРЖАНИЕ

Косач Е.В.

Английский язык и история: интегративные возможности изучения

59

Ластовка Е.Ю.

Визуальное сравнение в русскоязычной политической рекламе

63

Попруга Н.С.

Анализ ключевых факторов, влияющих на результативность выхода компаний на IPO

66

УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ

72

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И СТАТИСТИКА

УДК 657.471.1

Лытнева Н.А., Боброва Е.А., Гурбанова С.К.

СПОСОБЫ И ПРИЕМЫ АНАЛИЗА ВЛИЯНИЯ РАСЧЕТОВ С ПОКУПАТЕЛЯМИ НА ПРИБЫЛЬНОСТЬ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Lytneva N.A., Bobrova E.A., Gurbanova S.K.

WAYS AND METHODS OF INFLUENCE ANALYSIS OF SETTLEMENTS WITH THE BUYERS ON THE ORGANIZATION'S PROFITABLENESS AND PROFITABILITY

Лытнева Наталья Алексеевна; доктор экономических наук, профессор, академик РАН; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»; РФ, 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А; e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru

Lytneva Natalia Alekseyevna; doctor of economics sciences, professor, academician of the Russian Academy of Natural History; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; Central Russian Institute of Management – Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru

Боброва Елена Александровна; доктор экономических наук, профессор; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»; РФ, 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А; e-mail: bobrova77@bk.ru

Bobrova Elena Alexandrovna; doctor of economics sciences, professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; Central Russian Institute of Management – Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation e-mail: bobrova77@bk.ru

Гурбанова Сельби Какабаевна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: selbi1110@mail.ru

Gurbanova Selby Kakabaevna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: selbi1110@mail.ru

В статье рассмотрены расчеты с покупателями как фактор, влияющий на осуществление процесса реализации товаров в организации, способы и приемы оценки дебиторской задолженности, оборачиваемость которой способствует максимизации прибыли. Определена взаимосвязь расчетов с покупателями с обращением денежных средств, замедление которого является существенным недостатком в товарном обращении организации и развитии бизнеса. Недостаток денежных средств в результате увеличения дебиторской задолженности связан с риском снижения закупок товаров и, соответственно, с сокращением объемов продаж. Для регулирования расчетов с покупателями необходим своевременный анализ, оперативность которого способствует принятию необходимых управленческих решений по организации и контролю расчетных операций с покупателями и заказчиками, имеет существенное значение при формировании финансовых результатов организации, регулировании прибыли или убытка.

In the article settlements with the buyers, ways and methods of estimation of accounts receivables, and turnover are considered. Settlements with the buyers is considered as a factor influencing goods sales in the organization and turnover promotes its profit maximization. Interrelation of settlements with the buyers with circulation of money resources is defined. Deceleration of the money resources circulation is an essential disadvantage of commodity circulation of the organization and business development. Lack of money resources as a result of increase of accounts receivable is connected with the risk of decrease of goods purchases and reduction of sales volumes respectively. Timely analysis the efficiency of which promotes timely administrative decision making in the organization and control of settlement operations with the buyers and clients is necessary to regulate settlement with the buyers. It is of essential value at formation of financial results of the organization and profit or loss regulation.

Ключевые слова: анализ, рентабельность, методы, фактор, бизнес, прибыльность, устойчивость, деятельность.

Keywords: analysis, profitability, methods, factor, business, profitability, sustainability, activity.

Хозяйственная деятельность организаций неразрывно связана с внешней средой, наличием деловых связей, которые возникают при их взаимодействии в бизнес-процессах с поку-

пателями [1], заказчиками, поставщиками и подрядчиками, при возникновении договорных отношений и выполнении обязательств при продаже готовой продукции и товаров, в момент оплаты их стоимости согласно определенным условиям. На финансовый результат хозяйственной деятельности любой фирмы влияет не только эффективность ее работы, но и финансово-хозяйственная деятельность контрагентов [7]. Нарушение сроков платежа за отгруженные товары покупателями ведет к возникновению финансовых проблем у организации, к возникновению дебиторской задолженности, которая сокращает финансовые возможности хозяйствующего субъекта, не позволяет своевременно осуществлять расчеты с покупателями, влияет на оборачиваемость капитала и может стать причиной снижения их платежеспособности и финансовой устойчивости [6].

Современная система управления расчетами с покупателями и поставщиками должна включать всю совокупность методов учета, анализа, аудита и контроля дебиторской и кредиторской задолженности, направленных на снижение рисков их возникновения. Развитие соответствующих методов, способов и приемов учета, анализа и аудита расчетов с покупателями и заказчиками обосновывается необходимостью максимизации прибыли, развитием бизнеса [8].

В бухгалтерском учете организаций при осуществлении договорных отношений возникает задолженность, которая подразделяется на дебиторскую и кредиторскую [5]. Возникновение задолженности определяется расчетами с контрагентами во внешней среде управления организацией, причем между дебиторской и кредиторской задолженностью возникает прямая связь. В частности, рост дебиторской задолженности при сокращении свободных денежных средств ведет к увеличению кредиторской задолженности. В связи с этим оценку задолженности и обязательств необходимо анализировать на основе информации, полученной в системе бухгалтерского учета, с учетом их взаимосвязи (рисунок 1).

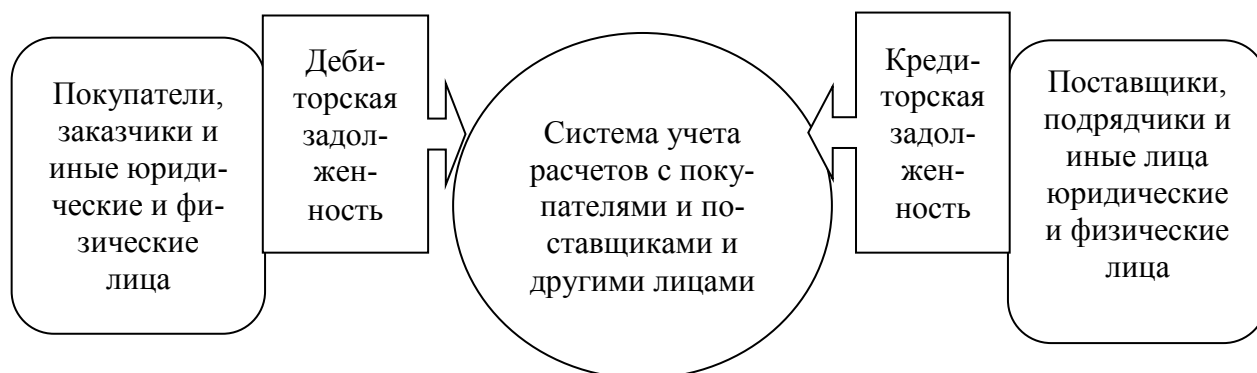


Рисунок 1 – Система учета дебиторской и кредиторской задолженности организации

Регулирование расчетов с покупателями и поставщиками требует достоверной информации об их суммах и состоянии, что ведет к необходимости создания методического инструментария их анализа, разработки рекомендаций по проведению аудита дебиторской и кредиторской задолженности, которые повысят эффективность решения возникающих проблем.

Дебиторская задолженность характеризуется как сумма неоплаченных долгов покупателями и заказчиками за отгруженные им товары, готовую продукцию, выполненные работы и объем оказанных услуг. Основным видом дебиторской задолженности, который составляет основную долю в его составе и влияет на финансовый результат организации, являются расчеты с покупателями и заказчиками.

В бухгалтерском учете моментом возникновения дебиторской задолженности, в частности по расчетам с покупателями, считается:

- переход права собственности на товар или готовую продукцию, определяемый договором купли-продажи;
- передача выполненных работ или результатов оказанных услуг.

Переход права собственности на отгруженные товары или готовую продукцию либо определяется в договоре купли-продажи, либо дополнительно подтверждается первичными бухгалтерскими документами. Поскольку федеральный закон №402-ФЗ «О бухгалтерском учете» определил, что хозяйственные операции подлежат своевременной регистрации на счетах бухгалтерского учета на основании первичных учетных документов, то в учете дебиторская задолженность отражается на основе первичных документов, составленных в момент совершения операции или непосредственно после ее окончания.

В том случае, если в договоре момент перехода права собственности не предусмотрен, то отгрузкой товаров продавцом считается момент, когда продавец исполнил обязанность перед покупателем по передаче ему товара. Таким образом, для отражения дебиторской задолженности в бухгалтерском учете необходимо выполнение следующих условий:

- заключение договора-поставки товара;
- оформление документов на отгрузку товаров или готовой продукции;
- составление и подписание акта выполненных работ или оказанных услуг.

Указанные документы являются основанием для оценки и признания дебиторской задолженности.

Способы оценки дебиторской задолженности для признания ее для целей бухгалтерского учета различаются в зависимости от видов и содержания договоров, в том числе по расчетам с покупателями. Порядок оценки дебиторской задолженности определен национальным стандартом – Положением по бухгалтерскому учету «Доходы организации» (ПБУ 9/99), утвержденным Приказом Минфина России от 6 мая 1999 г. №32н. Дебиторская задолженность по расчетам с покупателями определяется ценой договора, заключенным на отгрузку товаров или выполнение работ. Правильность составления договора, последовательность его выполнения являются залогом получения прибыли.

Дебиторская задолженность по расчетам с покупателями определяется ценой договора, заключенного на отгрузку товаров или выполнение работ (таблица 1).

Таблица 1 – Способы оценки дебиторской задолженности для признания в бухгалтерском учете, определенных ПБУ 9/99 «Доходы организации»

Условия договора	Способ оценки дебиторской задолженности	Разделы ПБУ 9/99
Цена реализации определена договором купли-продажи	Сумма дебиторской задолженности определяется ценой договора продавца с покупателем (заказчиком) или с пользователем реализуемых активов	пункт 6.1
Цена не определена договором и не может быть установлена по его условиям	Размер дебиторской задолженности определяется ценой, по которой в сравнимых обстоятельствах организация определяет выручку от продажи готовой продукции или товаров, выполненных работ или оказанных услуг, либо предоставляет активы во временное пользование	пункт 6.1
Продажа осуществляется с предоставлением коммерческого кредита	Размер дебиторской задолженности определяется стоимостью товара или реализуемой продукции с учетом процентов за предоставление коммерческого кредита покупателю	пункт 6.2
Цена товара в договоре определяется условными единицами	Сумма дебиторской задолженности определяется с учетом суммовой разницы, представляющей собой разницу между рублевой оценкой поступившего актива в счет выручки в условных денежных единицах, пересчитанной по официальному курсу на дату принятия актива к учету, и рублевой его оценкой на дату признания выручки учете	пункт 6.6
Условиями договора предусмотрены скидки на цену	Дебиторская задолженность признается в сумме с учетом всех предоставленных организации скидок (накидок)	пункт 6.5

Основанием для признания в учете задолженности покупателей или задолженности поставщикам является первичная документация, в том числе: товарно-транспортные накладные, счета-фактуры, накладные, приходные ордера, отгрузочные акты, приемные акты, акты о приемке выполненных работ и т.п. Обязательства по расчетам с поставщиками возникают при приобретении товаров, задолженность покупателей возникает при отгрузке товаров, а обязательства организации перед покупателем могут возникнуть при поступлении авансовых платежей под предстоящую отгрузку товаров в соответствии с договором [4].

На основании данных бухгалтерского учета осуществляется анализ дебиторской задолженности, анализ динамики задолженности, анализ состава и структуры, определение оборачиваемости и их влияния на финансовые результаты деятельности организации. Основным источником информации является бухгалтерский баланс.

На основании данных бухгалтерского баланса дана оценка динамики изменения задолженности ООО «Спутник» (таблица 2).

Таблица 2 – Динамика дебиторской и кредиторской задолженности ООО «Спутник»

Показатели	Ед. измерения	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	Темп роста 2018 г. к 2017 г., %
Дебиторская задолженность	тыс. руб.	8 474	7 984	6 603	5 628	5 952	105,8
	уд. вес, %	77,30	57,79	36,39	37,52	36,03	96,0
В том числе покупатели и заказчики	тыс. руб.	6725	5248	4376	3858	3174	82,3
	уд. вес, %	61,34	37,98	24,12	25,72	19,21	74,7
Кредиторская задолженность	сумма	0	2 224	3 256	78	1 867	2393,6
	уд. вес, %	0	16,10	17,94	0,52	11,30	2173,1
В том числе поставщики и подрядчики	тыс. руб.	0	1655	2327	55	718	1305,5
	уд. вес, %	0	11,98	12,82	0,37	4,35	1175,7
Соотношение дебиторской и кредиторской задолженности	%	0	359,0	202,8	1023,2	318,8	-
Валюта баланса	тыс. руб.	10 963	13 816	18 145	15 000	16 519	110,1

Данные таблицы свидетельствуют о том, что за пять последних лет дебиторская и кредиторская задолженность снижалась. Информация бухгалтерского учета свидетельствует об отсутствии долгосрочной дебиторской и кредиторской задолженности со сроками погашения более 12 месяцев, что характеризует организацию с положительной стороны по расчетной дисциплине. В наличии имеется только краткосрочная задолженность, сроки погашения которой не превышают 12 месяцев. Это свидетельствует о том, что покупатели своевременно осуществляют оплату стоимости отгруженных товаров или оказанных услуг по договору.

Анализ динамики дебиторской и кредиторской задолженности свидетельствует о том, что за анализируемый период прослеживается тенденция снижения доли дебиторской и кредиторской задолженности в общей стоимости имущества. В частности, удельный вес дебиторской задолженности снижен с 77,3% в 2014 г. до 36,03% в 2018 году. Состав дебиторской задолженности характеризуется в основном задолженностью покупателей, которая в динамике также значительно снижена.

Тенденция изменения дебиторской и кредиторской задолженности ООО «Спутник» представлена на рисунке 2.

Положительной тенденцией общества является своевременное погашение обязательств перед контрагентами. Кредиторская задолженность по отношению к валюте баланса в 2018 г. составила 11,3%, из них расчеты с поставщиками составили 4,35%. Соотношение дебиторской и кредиторской задолженности как в целом, так и по расчетам с покупателями и поставщиками

свидетельствует о том, что дебиторская задолженность во много раз выше кредиторской. Такой факт говорит о наличии средств в расчетах, которые могут быть востребованы с покупателей.

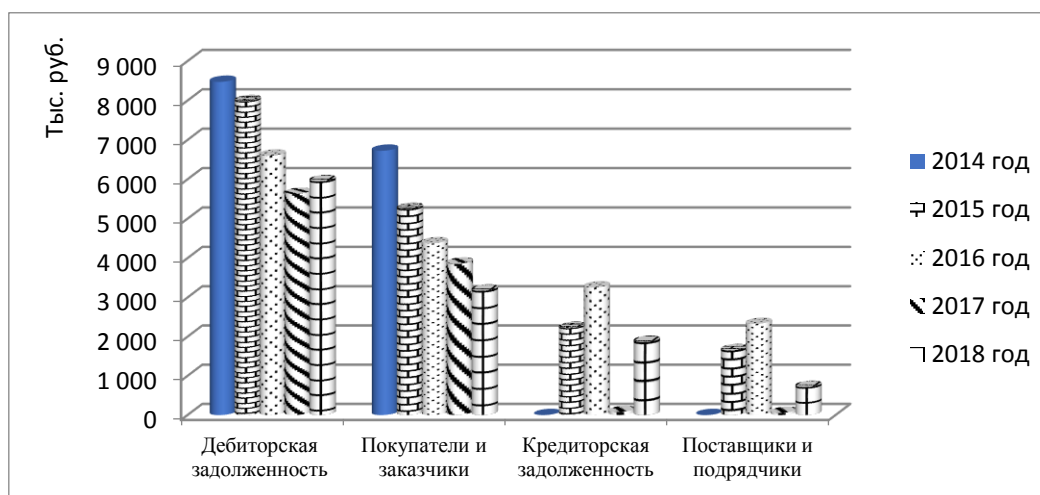


Рисунок 2 – Диаграмма динамики дебиторской и кредиторской задолженности ООО «Спутник»

Одним из направлений анализа является оценка обеспеченности кредиторской задолженности наличием собственных средств, в том числе денежных средств и средств в расчетах в виде дебиторской задолженности [3]. Для этого необходимо проводить анализ в течение текущего года в разрезе месяцев, сопоставляя сумму возникшей задолженности покупателей на момент отгрузки товаров с суммой ее погашения, а также ежемесячным размером возникшей и погашенной задолженности перед поставщиками. Источником информации для таких аналитических процедур в анализе может служить главная книга.

Анализ задолженности покупателей в разрезе периодов целесообразно оценивать с учетом полученных авансов, поскольку в течение года по ряду покупателей возникает кредиторская задолженность, характеризующая последующую оплату, которая ожидается от покупателя за отгруженные в его адрес товары. Наличие кредиторской задолженности по расчетам с покупателями свидетельствует о том, что общество работает не только с предоплатой, но и имеют место иные формы расчетов за отгруженные товары по договору в адрес покупателей.

Анализу подвергается не только сальдо конечных расчетов, но и движение дебиторской задолженности, а именно: ее возникновение и погашение [9]. Такой анализ ООО «Спутник» осуществляет как по итогам отчетного года, так и кварталов, отдельным месяцам. Анализ дебиторской задолженности осуществляется как по общей сумме, так и по каждому покупателю. Кроме того, анализируются те покупатели, по которым наблюдается наибольшая сумма дебиторской задолженности, то есть осуществляется оценка сальдо на начало и конец отчетного периода, а также сумма возникновения и погашения задолженности по покупателям. В качестве источников информации для расчетов с покупателями и заказчиками в данном случае могут быть использованы платежные поручения и выписки банка по расчетным счетам организации.

Такой контроль позволяет выявить: уложился ли покупатель в срок, на который ему была предоставлена отсрочка по оплате; полноту и своевременность погашения задолженности; неверные записи по статьям дебиторов (ошибки при вводе данных по дебиторской задолженности); не учтенную ранее дебиторскую задолженность покупателей.

Периодический анализ покупателей и заказчиков позволяет выявить превышение критического уровня дебиторской задолженности покупателя или кредиторской задолженности поставщику, просроченную задолженность, по которой не приняты меры к взысканию, определить влияние роста дебиторской задолженности на формирование финансового результата, получение прибыли и уровень рентабельности организации [5].

Показатели прибыли отражают не только конечные финансовые результаты, но и характеризуют наличие собственных источников финансирования организации, влияющие на формирование собственного капитала. Кроме того, в деятельности фирмы она определяет возможности инвестиционной политики. Вложения средств предпринимателем должны осуществляться, прежде всего, в наиболее доходные направления деятельности фирмы с целью получения высокого прироста добавленной стоимости как основного источника развития бизнеса.

Проведенный анализ технико-экономических показателей общества свидетельствует об улучшении ее деятельности в отчетном году (таблица 3). Информационной базой для анализа является Отчёт о финансовых результатах, в котором отражается выручка, а также показатели, формирующие финансовые результаты. По основному виду деятельности организация в динамике получала чистую прибыль.

Таблица 3 – Техничко-экономические показатели финансово-хозяйственной деятельности ООО «Спутник», тыс. руб.

Показатели	2017 г.	2018 г. в действующих ценах			Отчетный год в сопоставимых ценах		
		отчетный год	изменение (+,-)	темпа роста, %	отчетный год	изменение (+,-)	темпа роста, %
1	2	3	4	5	6	7	8
Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг	40247	46374	+6127	115,2	43998	+3751	109,3
Себестоимость проданных товаров							
- сумма	35602	41194	+5592	115,7	38181	+2579	107,2
- уровень, %	88,46	86,78	-1,68		86,78	-1,68	
Валовая прибыль							
- сумма	4645	5180	+535	111,5	5817	+1172	125,2
- уровень, %	11,54	13,22	+1,68		13,22	+1,68	
Коммерческие расходы							
- сумма	4749	5122	+373	107,9	4862	+113	102,4
- уровень, %	11,80	11,05	-0,75		11,05	-0,75	
Прибыль (убыток) от продаж							
- сумма	-104	58	+162	-	57	+161	-
- уровень, %	-0,26	0,13	+0,39		0,13	+0,39	
Прочие доходы							
- сумма	759	463	-296	61,0	440	-319	58,0
- уровень, %	1,89	1,0	-0,89		1,0	-0,89	
Прочие расходы							
- сумма	955	445	-510	46,60	422	-533	44,2
- уровень, %	2,37	0,96	-1,41		0,96	-1,41	
Прибыль до налогообложения							
- сумма	-300	76	+376	-	70	+376	-
- уровень, %	-0,75	0,16	+0,91		0,16	+0,91	
Текущий налог на прибыль							
- сумма	-	18	+18	-	18	+18	-
- уровень, %		0,04	+0,04		0,04	+0,04	
Чистая прибыль (убыток)							
- сумма	-240	58	+298	-	57	+297	-
- уровень, %	-0,60	0,13	+0,73		0,13	+0,73	

Данные таблицы свидетельствуют о росте выручки от продажи товаров за последний год. В отчетном году в сравнении с прошлым годом выручка возросла на 6127 тыс. руб., или на 115,2%. В сопоставимых ценах выручка составила 43998 тыс. руб., что в сравнении с прошлым годом составляет всего 109,3%. Увеличение выручки произошло за счет роста количества продаж товаров на внутреннем рынке.

В отчетном году возросла себестоимость продаж, сумма которой составила в 2017 году 35602 тыс. руб., а в 2018 г. – 41194 тыс. руб., что на 15,7% выше показателя прошлого года. В сопоставимых ценах себестоимость проданных товаров составила 38181 тыс. руб., или 107,2%, по отношению к прошлому году. Причиной роста себестоимости является увеличение объема закупки товаров и приобретаемых услуг производственного характера, а также рост закупочных цен. При этом отрицательным фактом является высокий уровень себестоимости в выручке по основному виду деятельности, который в отчетном году составил 86,78%. Вместе с тем, в сравнении с 2017 г. наблюдается снижение показателя на 1,68%.

Наиболее точной оценкой эффективности выступает отношение прибыли к различным показателям деятельности предприятия, т.е. рентабельность. Классическим является такое определение рентабельности: рентабельность – это отношение прибыли к затратам, которые привели к её получению. Как экономический показатель рентабельность показывает, насколько целесообразно было вложение средств к полученным в результате данного вложения ресурсам.

В экономической литературе для оценки рентабельности существует ряд показателей, которые характеризуют:

- отношение показателя прибыли, или к сумме расходов, или к стоимости ресурсов, если рентабельность анализируется по разным факторам;
- отношение суммы использованных ресурсов к объему полученных накоплений, что позволяет оценить эффективность ресурсов использованных организацией в производственном процессе.

Показатель рентабельности можно охарактеризовать неоднозначным показателем, который требует постоянного контроля и анализа. В связи с этим в процессе управления коммерческой организацией необходимо оценивать не только уровень рентабельности, но и необходимость разработки мероприятия по ее регулированию и повышению.

Поскольку при расчете показателя рентабельности основным элементом является прибыль, то к факторам роста рентабельности относится увеличение ее размера. В свою очередь, прибыль зависит от разницы между выручкой и затратами, от увеличения и снижения издержек организации, структуры и масштабов производства. На снижение затрат влияет изменение ценовой политики организации, увеличение объема нереализованной продукции, изменение уровня продаж и т.д.

Повышение рентабельности предполагает увеличение отдачи на каждый рубль вложенных средств, что характеризует эффективность использования соответствующих ресурсов. Рентабельность предоставляет возможность сравнить уровень доходности предприятия с другими вариантами вложения капитала при равных условиях риска. При этом инвестиции, связанные с большим риском, должны обеспечивать получение высокой прибыли. Увеличение капитала, как правило, связано с ростом прибыли, отсюда возникает необходимость анализа и определения размера доходности, полученной как определенная величина вознаграждения за риск, которая сопоставляется со стоимостью капитала, вложенного в получение данной прибыли.

Понятие рентабельности можно расценивать как критерий оценки эффективности хозяйственной деятельности организации. Рентабельность – это инструмент для оценки эффективности управления предприятием, т.к. высокий доход и прибыль напрямую зависят от управленческих решений, от их целесообразности, своевременности и продуманности. С такой позиции рентабельность рассматривается как один из критериев качества управления предприятием [2].

С помощью рентабельности можно оценить долгосрочные перспективы предприятия,

его потенциал, ответить на вопрос: сможет ли предприятие в будущем получить высокую прибыль на свои инвестиции. Для инвесторов показатель рентабельности имеет более важное значение, чем показатели финансовой устойчивости и платёжеспособности, определяемые на основе данных отчётности предприятия.

Кроме того, рентабельность используется для прогнозирования прибыли, так как с её помощью устанавливается связь между прибылью и размером капитала, вложенного для её получения [3]. Прогнозирование позволяет сопоставить фактические инвестиции с ожидаемой прибылью, которая должна быть получена как результат инновационного инвестирования [8]. Размер будущей прибыли определяется на основании уровня доходности за предыдущие периоды с учётом изменений по прогнозу, что способствует разработке стратегии развития бизнеса на перспективный период.

Список источников:

1. Богданова В.А., Кыштымова Е.А. Анализ среды фирмы как важнейший этап стратегического менеджмента // Современные концепции учета, анализа и аудита в развитии предпринимательства: Международный экономический форум «Бакановские чтения» (Орел, 26 ноября 2015 г.): сборник научных трудов / под общ. ред. Н.А. Лытневой. – Орел: ОрелГИЭТ, 2016. – С. 79-83.
2. Грачева М.Е. Проблемы формирования и анализа показателей отчета о совокупном доходе и отчета об изменениях в собственном капитале // Международный бухгалтерский учет. – 2010. – №11. – С. 2-14.
3. Кыштымова Е.А., Марченкова Н.А. Синтетический и аналитический учет денежных средств на расчетных валютных счетах организаций // Актуальные направления развития учёта, анализа и аудита в управлении экономическими субъектами в условиях неопределённости: Международный экономический форум «Бакановские чтения» (Орел, 29 ноября 2017 г.): сборник научных трудов / под общ. ред. Н.А. Лытневой. – Орел: ОрелГУЭТ, 2018. – С. 25-28.
4. Парушина Н.В., Руднев Р.В. Методика экономического анализа финансово-хозяйственной деятельности строительной организации в целях подтверждения непрерывности развития // Аудитор. – 2012. – №9. – С. 47-54.
5. Петрова Ю.М. Оптимизация структуры источников формирования оборотного капитала промышленных предприятий // Сборник научных статей преподавателей и аспирантов филиала ВЗФЭИ в г. Орле. – Выпуск 2. – М.: ВЗФЭИ, 2002. – С. 122-131.
6. Петрова Ю.М., Соболева Ю.П. Формирование доходной базы бюджетов субъектов Российской Федерации в современных условиях // Региональная экономика: теория и практика. – 2008. – №36 (93). – С. 34-43.
7. Полянин А.В. Концептуально-стратегические аспекты экономического роста и развития регионов // Экономические науки. – 2011. – №74. – С. 134-137.
8. Терновых К.С., Измалков А.А. К вопросу о формировании инновационной системы развития регионального АПК // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. – 2015. – №4 (47). – С. 208-217.
9. Чиркова М.Б., Коновалова Е.М., Малицкая В.Б. Анализ хозяйственной деятельности: сборник заданий и тестов: учеб, пособие. – М.: Эксмо, 2008. – 160 с.

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

УДК 339.37

Скворцова Н.А., Вардикян Д.Г.

ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ И ВЫБОР ПОСТАВЩИКА
(НА ПРИМЕРЕ ПО «ОПТ-ТОРГ»)

Skvortsova N.A., Vardikyan D.G.

ORGANIZATION OF COMMERCIAL RELATIONS AND CHOICE OF THE SUPPLIER
(ON THE EXAMPLE OF "OPT-TORG (WHOLESALE TRADE)")

Скворцова Наталья Александровна; кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;
e-mail: skv-09@mail.ru

Skvortsova Natalia Alexandrovna; candidate of economics sciences, associated professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: skv-09@mail.ru

Вардикян Давид Гайкович; обучающийся; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;
e-mail: david.vardikyan@bk.ru

Vardikyan David Gaikovich; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: david.vardikyan@bk.ru

Формирование коммерческих связей и анализ поставщиков товаров – это важнейшая составляющая деятельности каждой торговой организации. Эффективность работы и получение прибыли невозможны без выбора поставщиков продукции. Цель исследования – анализ поставщиков продовольственных товаров в потребительском обществе «Опт-Торг». Авторы рассматривают такие аспекты деятельности торговой организации, как формирование коммерческих связей, ключевые критерии выбора потенциальных поставщиков, конъюнктура рынка товаров, организация коммерческих отношений, контроль за ходом договорных обязательств. Особое внимание уделено алгоритму формирования долговременных коммерческих отношений с поставщиками продукции, анализу научных методов и способов выбора поставщиков товаров. Рассматривается алгоритм коммерческих связей торговой организации. В результате исследования охарактеризована торговая организация, основными критериями выбора поставщиков которой являются: метод доминирующих характеристик, рейтинговая оценка, метод ранжирования.

Formation of commercial relations and analysis of the suppliers of the goods are the major components of the activity of each commercial organization. The overall performance and profit are impossible without the choice of the production suppliers. The research objective is to analyze suppliers of foodstuff in the consumer society "Opt-Torg (Wholesale Trade)". The authors consider such aspects of the activity of a commercial organization as: commercial relations, key criteria of choice of potential suppliers, market condition of the goods, organization of commercial relations, and control over the contractual commitment. Special attention is paid to the formation algorithm of long-term commercial relations with suppliers of production, analysis of scientific methods and the ways of choice of goods suppliers. The algorithm of commercial relations of commercial organization is considered. As a result of the research commercial organization is characterized by the basic criteria of the suppliers choice: dominating characteristics method, rating estimation, and rank order method.

Ключевые слова: коммерческие связи, поставщик, критерии выбора, рейтинговая оценка, метод ранжирования.

Keywords: commercial relations, supplier, choice criteria, rating estimation, rank order method.

Организация коммерческих связей с поставщиками продукции занимает особое место среди инструментов коммерческой деятельности оптовой торговой организации. Все операции по организации торговых процессов и управлению ими (с целью достижения высокой экономической эффективности работы торговой организации) связаны с рациональной организацией коммерческих отношений с поставщиками, которые способствуют планомерному развитию экономики, сбалансированности спроса и предложения, своевременной поставке продукции и товаров народного потребления [5].

Коммерческий отдел потребительского общества «Опт-Торг» работает в определенном алгоритме по установлению долговременных коммерческих отношений с поставщиками продукции. Рассмотрим составляющие этого алгоритма:

- изучение спроса покупателей. Для выполнения этой цели предусматривается исследование конъюнктуры рынка;
- выбор потенциальных поставщиков продукции. Предопределяется изучением рынка закупок, критерием оценки реальных и потенциальных возможностей поставщиков;
- организация коммерческих связей и отношений. Разработка и заключение договоров;
- организация учета и контроля за ходом выполнения договорных обязательств [9, с. 143].

Как мы видим, отправной точкой является изучение спроса покупателей, на основе изучения рынка закупок определяются критерии выбора реальных и потенциальных поставщиков товаров, разработка и заключение договоров поставки служат правовой основой коммерческой деятельности потребительского общества, необходимость учета и контроля договорной работы важны с точки зрения дальнейшего совершенствования коммерческих отношений потребительского общества. Поэтому в потребительском обществе проводится работа по изучению, поддержанию, анализу и оценке эффективности организации коммерческих отношений с поставщиками. Спрос на продовольственные товары обладает устойчивостью, потребитель привыкает к определенным продуктам, поэтому важно постоянно иметь их в ассортименте, а также обеспечить бесперебойное снабжение всеми товарами в соответствии с ожидаемым потребительским спросом.

Основными источниками закупки товаров ПО «Опт-Торг» являются оптовые базы г. Орла и Орловской области, Курской, Воронежской, Брянской и Белгородской областей, а также индивидуальные предприниматели. Надежность поставщика выступает основным критерием выбора. Поскольку предприятие ведет торговлю продуктами питания, поэтому в повседневном ассортименте эти товары всегда имеются. В таком случае, по-нашему мнению, подходит метод доминирующих характеристик в оценке поставщиков продукции. Метод предусматривает выбор одного параметра (критерия) и максимальное сосредоточение на одном выбранном параметре (критерии).

Простота – это преимущество этого метода, а недостаток в том, что остальные факторы-критерии отбора не изучаются [7, с. 103].

Менеджер по закупкам ПО «Опт-Торг» как доминирующую характеристику в организации и поддержании надежных коммерческих связей рассматривает надежность поставщика.

Так, наибольший удельный вес в структуре закупок принадлежит ООО «АКВА-ТОРГ» г. Орел – 15%, ООО «Сладкоежка» г. Орел занимает 9%, ООО ТД «Русские продукты» г. Москва занимает в структуре закупок 8%, ООО «АСКОН» г. Орел – 5% от общего числа поставщиков.

Наглядно распределение по категории «надежность поставщика продуктов» можно увидеть на нижеследующей диаграмме (рис. 1).

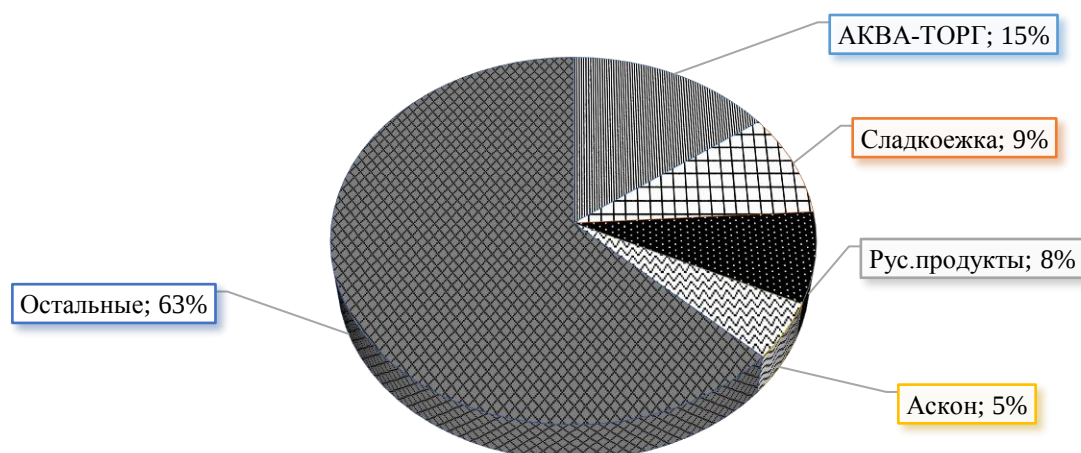


Рисунок 1– Надежность поставщика продуктов

Применяется в потребительском обществе «Опт-Торг» наиболее распространенный метод выбора потенциального поставщика – метод рейтинговых оценок.

Данный метод анализа критериев оценки и выбора потенциального поставщика позволяет охарактеризовать все стороны их деятельности и выбрать наиболее эффективных и перспективных поставщиков [4, с. 79]. Менеджер по закупкам выделяет основные критерии выбора поставщика, экспертная комиссия дает оценку их важности для закупочной деятельности.

В экспертную комиссию, по-нашему мнению, входят три человека:

1 эксперт – председатель потребительского общества, 2 эксперт – начальник коммерческого отдела, 3 эксперт – менеджер по закупкам.

Поскольку ПО «Опт-Торг» специализируется в основном на торговле продовольственными товарами, недопустим дефицит этих товаров. При выборе потенциального поставщика критерий надежности находится на первом месте. Удельный вес этого критерия будет самым высоким [1, с. 134].

Эксперты по десятибалльной шкале присваивают каждому критерию выбора поставщика определенное количество баллов. Значение рейтинга выбранных критериев получается путем умножения удельного веса критерия на его экспертную оценку. Членам экспертной комиссии присваивается весовой коэффициент. Так, первый эксперт оценивает на 0,45, второй – 0,30, третий – 0,25. В итоге мы получаем единицу.

По окончании экспертная комиссия получила следующие результаты:

1. Выделены основные критерии выбора поставщика.
2. Определен удельный вес по каждому критерию.
3. Присвоены баллы по каждому критерию.
4. Получена рейтинговая оценка.

В цифровом выражении критерии выбора поставщиков представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Критерии выбора поставщика для потребительского общества «Опт-Торг»

Критерий выбора	Удельный вес критерия	Оценка значения критерия по 10-балльной шкале, балл	Произведение удельного веса критерия на оценку, %
1. Надежность поставки	0,30	7	2,1
2. Цена	0,25	6	1,5
3. Качество товара	0,15	8	1,2
4. Условия платежа	0,15	4	0,6
5. Возможность внеплановых поставок	0,10	7	0,7
6. Финансовое состояние поставщика	0,05	4	0,2
Итого	1	-	6,3

В итоговом рейтинге в категории «Качество продукции» можно назвать трех приоритетных поставщиков товаров, получивших высокую рейтинговую оценку: ООО «ФУД АРТ» – 3,5 балла, ООО «РИТМ» – 3,4 балла, ООО «Диллер» – 3,7 балла.

Из 50 поставщиков, проанализированных в потребительском обществе «Опт-Торг» в 2019 году, 27 – местные поставщики, отдаленные – 23, т.е. приоритет сохраняется за местными поставщиками. Объяснения этому есть.

Во-первых, снижаются транспортные расходы потребительского общества; во-вторых, участие в программах «лояльности», когда потребительскому обществу предоставляется выгодная закупочная цена; в-третьих, в случае прямой поставки от производителя ООО «АС-КОН» наценка на посредника из стоимости товара уходит; в-четвертых, берется во внимание

«внутрирегиональная кооперация», которая побуждает местных поставщиков ответственно относиться к качеству продукции, а потребительскому обществу решать возникающие проблемы возврата; в-пятых, сотрудничество с местными поставщиками происходит на постоянной основе, и это важно для экономической политики региона с точки зрения поступлений налогов в местный бюджет, наличия рабочих мест, инвестиций в основное производство [6].

Анализ закупок по поставщикам занимает главенствующее место в деятельности менеджера по закупкам потребительского общества «Опт-Торг». Ежемесячно, поквартально, ежегодно составляются аналитические ведомости в программе 1С Торг, содержащие сведения о суммах закупок в течение года.

По итогам 2019 года в пятерку наиболее значимых поставщиков входят следующие организации: ООО «АКВА-Торг» – поставлено товаров на сумму 7013 тыс. рублей, ООО «Сладкоежка» – 3819 тыс. руб., «Русские продукты» – сумма сделки с поставщиком составила 3240 тыс. рублей, у ИП Рыбаков из Курска было закуплено товаров на 2954 тыс. рублей, в ООО «АСКОН» приобрели товара на сумму 2872 тыс. рублей.

В общем объеме закупок продуктов за 2019 год в процентном отношении среди 50 поставщиков торгового предприятия лидирующие позиции занимает ООО «АКВА-Торг» 15,6%, ООО «Сладкоежка» – 8,4%, Русские продукты – 7,1%, ИП Рыбаков (г. Курск) – 6,5%, ООО «АСКОН» – 6,3%.

Характеризуя организацию коммерческих связей и работу с потенциальными и реальными поставщиками в коммерческом отделе ПО «Опт-Торг», можем отметить, что данные поставщики отвечают основным критериям выбора поставщиков: торговую организацию удовлетворяет надежность поставки продуктов питания данными коммерческими организациями, цена на их товар, качество продукции, финансовое состояние поставщика, условия платежа, они (поставщики) предоставляют возможность внеплановых поставок.

Коммерческий отдел потребительского общества «Опт-Торг» проводит разнообразную аналитическую работу в сфере закупочной логистики. В целях совершенствования методов выбора поставщиков торговому обществу можно предложить использовать метод ранжирования. Сущность этого метода состоит в определении стоимостной оценки поставщиков товаров. Он дает возможность определить «стоимость» поставщика. Сильная сторона этого метода во всестороннем охвате информации о поставщике товаров. Для каждого поставщика подсчитываются все возможные издержки и доходы (при этом учитываются логистические риски). В итоге получают исходные данные для выбора поставщиков товаров и сравнения решений. Только потом из набора обсуждаемых вариантов выбирается наиболее выгодный (по критерию общей прибыли).

«Слабое звено» этого метода проявляется в том, что требуется анализ большого объема информации по каждому поставщику [8]. В этой связи перед торговым предприятием стоит задача продумать логистические издержки, связанные с закупкой товаров. Они могут быть такими:

- затраты на изучение конъюнктуры цен и маркетинговые затраты на рынке конкретного товара;
- поиск потенциальных поставщиков, издержки с этим связанные (командировки, телефонные переговоры, программное обеспечение для обработки информации), деловые контакты;
- получение информации о себестоимости производства однотипного рода товаров у разных поставщиков и издержки, с этим связанные;
- затраты, связанные с анализом качественных показателей товара у разных поставщиков (рекламации, затраты на отбраковку, возможности замены или возврата продукции);
- денежные расходы на складирование и хранение товаров;
- транспортные издержки поставщика и приобретателя товара, расходы по оплате таможенных, экспедиторских, страховых услуг во время доставки товара;
- страхование логистических рисков и другое.

В результате работу потребительского общества «Опт-Торг» по анализу поставщиков

продукции можно считать успешной. Применение научных методов анализа в выборе поставщиков товаров дает положительные результаты в формировании коммерческих связей и организационно-хозяйственной деятельности потребительского общества. Все эти методы необходимо учитывать, оценивать и контролировать в дальнейшей работе потребительского общества «Опт-Торг» в целях совершенствования коммерческой деятельности предприятия.

Список источников:

1. Бурлакова И. В. Методологии оценки и выбора поставщика в контексте ценностей организации. Работа над ошибками // Логистика и управление цепями поставок. – 2017. – №2. – С. 129-139.
2. Гринько А.В. Совершенствование логистической системы предприятия [Электронный ресурс] / А.В. Гринько; Российский государственный социальный университет. Кафедра экономики и предпринимательства. – Москва: б.и., 2019. – 109 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562731> (дата обращения: 30.04.2020).
3. Дуболазов В., Симакова З. Оперативное управление поставкой материалов при динамичной интенсивности их потребления // Логистика. – 2017. – №4. – С. 46-49.
4. Кузнецова А., Козенкова Т. Матричный метод анализа сбытовой и закупочной логистики // РИСК. – 2016. – №3. – С. 78-83.
5. Оптимизация управления закупками и снабжением: По материалам Вестник McKinsey [Электронный ресурс]. – URL: https://www.cfin.ru/management/finance/payments/purchase_optim.shtml (дата обращения: 01.05.2020).
6. Рябов Н.Н. Оценка эффективности коммерческой деятельности. – Москва: Лаборатория книги, 2015. – 114 с.
7. Сковрцова Н.А. Управление инвестиционными процессами в региональной экономике // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2008. – №9 (91). – С. 101-106.
8. Сковрцова Н.А., Лебедева О.А. Влияние информационных технологий на развитие бизнеса [Электронный ресурс] // Теоретическая и прикладная экономика. – 2018. – №1. – С. 42-50. – DOI: 10.25136/2409-8647.2018.1.25189. – URL: http://e-notabene.ru/etc/article_25189.html (дата обращения 17.04.2020).
9. Сковрцова Н.А. Marketing planning компании в парадигме управления бизнесом // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2018. – №10. – С. 141-145.

УДК 659.1:321

Савина А.Г., Малявкина Л.И., Савин Д.А.

**АНАЛИЗ И МОДЕЛИРОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА
«ВЫПОЛНЕНИЕ ПРОЕКТНО-ИЗЫСКАТЕЛЬСКИХ РАБОТ»
КАК ОСНОВА ОПТИМИЗАЦИИ
ЕГО ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

Savina A.G., Malyavkina L.I., Savin D.A.

**THE ANALYSIS AND BUSINESS PROCESS MODELLING
“PERFORMANCE OF DESIGN AND EXPLORATION WORK”
AS THE BASIS OF OPTIMISATION OF ITS
INFORMATION-TECHNOLOGICAL SUPPORT**

*Савина Анна Геннадьевна; кандидат педагогических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;
e-mail: angen1976@mail.ru*

*Savina Anna Gennadievna; candidate of pedagogic sciences, associated professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: angen1976@mail.ru*

*Малявкина Людмила Ивановна; доктор экономических наук, профессор; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;
e-mail: ludamal20@yandex.ru*

*Malyavkina Lyudmila Ivanovna; doctor of economics sciences, professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: ludamal20@yandex.ru*

*Савин Денис Алексеевич; обучающийся; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;
e-mail: den.knyazzev@icloud.ru*

*Savin Denis Alekseevich; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: den.knyazzev@icloud.ru*

Проектно-ориентированные организации, реализующие операционную деятельность в виде непрерывного выполнения множества проектов, как правило, имеют сложившуюся корпоративную систему управления проектами. При этом большинство предприятий сферы архитектурного проектирования не использует возможности специализированных программных продуктов для автоматизации процесса управления проектной деятельностью, делая акцент на автоматизации технологии производства проектной документации. Проведенный анализ типового для архитектурно-проектных организаций бизнес-процесса «Выполнение проектно-изыскательских работ» показал сложность мониторинга и контроля различных этапов жизненного цикла проекта вследствие параллельной реализации нескольких подпроцессов, взаимодействия большого числа специалистов, необходимости периодической координации участников и согласования результатов их деятельности. В современных условиях для построения эффективной системы управления проектной деятельностью в проектно-ориентированных организациях целесообразно использовать инновационные прикладные решения, обеспечивающие информационно-технологическое сопровождение всего цикла управления как отдельным проектом, так и портфелем проектов.

As a rule, project-oriented organizations realizing operational activity in the form of continuous performance of multitude of projects have developed corporate control system of the projects. Thus the majority of enterprises of the sphere of architectural design do not use the possibilities of specialized software products for automation of managerial process of the projects, emphasizing automation of production technology of the design documentation. The analysis of typical business process for the architectural-design organizations “Performance of design and exploration work” has shown the complexity of monitoring and control of various stages of the project life cycle because of the parallel realization of several sub-processes, interactions of many experts, and the necessity to coordinate participants and the f results of their activity. Under modern conditions it is expedient to use innovative applied decisions providing information-technological support of the whole management cycle both of a separate project, and the portfolio of projects to make an effective control system of design activity in project-oriented organizations.

Ключевые слова: проектно-ориентированная организация, моделирование бизнес-процессов, технологический процесс

Keywords: project-oriented organizations, business processes modelling, technological production process of design docu-

Анализ и моделирование бизнес-процессов являются эффективными средствами формирования целостного представления о деятельности организации, поиска путей ее оптимизации и определения стратегических направлений развития. Полученные результаты обследования бизнес-процессов позволяют выявить и описать проблемные области, определить порождающие их причины и факторы; идентифицировать информационные потоки, проанализировать внутреннее и внешнее информационные взаимодействия; разработать рекомендации по их совершенствованию, в том числе посредством внедрения информационных систем.

Бизнес-процесс определяется как система последовательных и регламентированных операций, направленных на преобразование (посредством управляющего воздействия с учетом имеющихся ресурсов) входных информационно-материальных потоков с целью получения результата, представляющего ценность для потребителя.

Архитектура бизнес-процессов определяет основные функциональные возможности организации, описывает специфические процессы внутри каждой функциональной области и их операционные параметры. В соответствии с наиболее часто используемой на практике классификацией в структуре бизнес-процессов выделяют [9]:

- основные бизнес-процессы, направленные на создание добавленной стоимости продукта/услуги, создание самих продуктов/услуг, имеющих потребительскую ценность, и получение прибыли;
- обеспечивающие бизнес-процессы, ориентированные на поддержку реализации основных бизнес-процессов;
- управляющие бизнес-процессы, цель которых состоит в управлении всеми процессами (стратегическое, тактическое и оперативное управление и планирование, анализ и выработка корректирующих воздействий, координация взаимодействия различных структурных единиц организации).

В организациях, осуществляющих деятельность в сфере архитектурно-строительного проектирования, основным бизнес-процессом является «Выполнение проектно-исследовательских работ». К обеспечивающим бизнес-процессам, как правило, относятся: административно-хозяйственное обеспечение, юридическое обеспечение, информационно-технологическое обеспечение проектно-исследовательских работ и др. В качестве управляющих следует рассматривать управление финансами, персоналом и т.д.

Формализацию и графическое описание «Выполнение проектно-исследовательских работ» целесообразно начать с построения функциональной модели в нотации IDEF0 с использованием инструментального CASE-средства Ramus Educational [6]. Контекстная диаграмма AS-IS представляет бизнес-процесс в виде одного функционального блока и показывает его взаимодействие с внешней средой, механизмы и управление. На рисунке 1 представлена контекстная диаграмма исследуемого бизнес-процесса на примере проектной организации ОАО «Гражданпроект», г. Орел.

Входным потоком для бизнес-процесса является поступление заказа на выполнение проектно-исследовательских работ. Результат (выходной поток) процесса – проектная продукция (проектная рабочая документация, проектные изыскания). Стрелки управления процессом отражают нормативно-правовую и нормативно-техническую документацию, требования заказчика, а также правоустанавливающие документы, регламентирующие реализацию бизнес-процесса. Основные исполнители бизнес-процесса (т.е. его механизмы) – сотрудники предприятия и информационная система, обеспечивающая хранение, поиск, обработку и распространение информации.

Следующим этапом построения функциональной модели является разработка диаграммы декомпозиции бизнес-процесса «Выполнение проектно-исследовательских работ», позволяющая графически представить основные этапы реализации рассматриваемого бизнес-процесса (рисунок 2).

1

Инициация и планирование проекта являются элементами предпроектных работ. На стадии инициации проекта принимается решение о приеме и исполнении поступившего в организацию от юридического или физического лица заказа на выполнение проектно-изыскательских работ. Заказ в организацию поступает, как правило, по двум каналам: личное обращение или по электронной почте. После регистрации заказа принимается решение о его выполнении или отказе.

Планирование проекта включает в себя подготовку и заключение договора, регулирующего правовые и финансовые отношения, взаимные обязательства и ответственность сторон – заказчика и исполнителя (организации, выполняющей проектно-изыскательские работы). На данном этапе формируются следующие документы, прилагаемые к договору:

- техническое задание на проектирование;
- календарный план выполнения работ, определяющий сроки разработки проектной и/или рабочей документации в целом и по этапам ее реализации;
- отчетная документация по результатам проведенных инженерных изысканий;
- смета на проектно-изыскательские работы.

Кроме того, предпроектная подготовка включает в себя получение исходно-разрешительной документации – совокупности документов, содержащих сведения градостроительного, землеустроительного и инвестиционно-экономического характера (градостроительный план земельного участка, технические условия на подключение объекта к сетям инженерно-технического обеспечения и т.д.), необходимой для принятия органами власти обоснованного решения о возможности строительства заявленного объекта недвижимости.

На завершающей стадии планирования работ осуществляется подготовка и подписание распорядительной документации о назначении ответственных лиц по реализации договора: главный инженер проекта (ГИП), главный архитектор проекта (ГАП), главный конструктор, главные специалисты по каждому виду работ (электроснабжение, отопление-вентиляция, водоснабжение-канализация и т.д.).

Следующим этапом является подготовка проектной документации – совокупности текстовых и графических документов, определяющих архитектурные, функционально-технологические, конструктивные и инженерно-технические решения. Данные об объекте проектирования передаются ответственным лицам. Главный инженер проекта выдает задание на проектирование в соответствующие структурные подразделения (главному архитектору проекта, бюро технической компетенции, главному конструктору и руководителю проектного отдела) для разработки эскизного проекта. Эскизный проект (планы поэтажные, паспорт отделки фасадов, компоновочные решения генеральных планов и т.д.) согласовывается с заказчиком и передается в проектный отдел.

Руководитель проектного отдела выдает задание на подготовку смежных разделов проектной документации в соответствующие группы: архитектурные, архитектурно-строительные, конструктивные, электроснабжение, отопление-вентиляция, водоснабжение-канализация, автоматика инженерного обеспечения и т.д. Руководители групп проектного отдела формируют календарные графики второго уровня, согласовывают их с руководителем проекта и формируют команду исполнителей, отвечающих за разработку разделов проектной документации.

Подготовка проектной документации сопровождается согласованием разработанных разделов с функциональными руководителями групп и смежными структурными подразделениями. Результаты разработки согласовываются с руководителем проекта, и в случае выявленных ошибок в принятых проектных решениях выдаются соответствующие задания и проводится доработка и корректировка проектной документации. Итерационный характер разработки и согласования проектной документации продолжается до полного устранения всех замечаний и разногласий.

Полный комплект проектной документации и результатов инженерных изысканий выдается заказчику для передачи на государственную / негосударственную экспертизу (в зависимости от вида источников финансирования: бюджетное или коммерческое). Предметом экс-

пертизы проектной документации является оценка ее соответствия требованиям нормативно-правовых и нормативно-технических документов, в частности, санитарно-эпидемиологическим, экологическим требованиям, требованиям пожарной, промышленной и иной безопасности, требованиям государственной охраны объектов культурного наследия, а также результатам проведенных инженерных изысканий. Организация, производившая инженерные изыскания и разработавшая проектную документацию, осуществляет техническое сопровождение заказчика при прохождении экспертизы до получения положительного заключения на соответствие выполненной продукции требованиям нормативно-правовых и нормативно-технических регламентов РФ. В процессе прохождения экспертизы может осуществляться оперативная корректировка проектной документации в установленном договором порядке в целях устранения выявленных недостатков.

При получении положительного экспертного заключения проводится согласование проектной документации с заказчиком, и при условии ее утверждения принимается решение о дальнейшем сотрудничестве для реализации проектного решения и разработки рабочей документации. Рабочая документация представляет собой совокупность текстовых и графических документов, обеспечивающих реализацию архитектурных, технических и технологических решений, содержащихся в утвержденной проектной документации.

По мере разработки рабочая документация передается в сметную группу, отдел нормоконтроля. По завершении подписывается исполнителем и главным специалистом по виду работ, ответственным за соблюдение ГОСТа (нормоконтроль), и утверждается генеральным директором. На данном этапе предусматривается поэтапная передача заказчику части рабочей документации для выполнения строительно-монтажных работ в установленном порядке. После ввода объекта в эксплуатацию составляется объединенный акт выполненных работ по объекту в целом. Результатом исполнения бизнес-процесса является подготовленная, утвержденная генеральным директором и согласованная с заказчиком проектная документация.

По результатам выполненных работ (разработки проектной и рабочей документации) уполномоченные представители сторон подписывают акт передачи исключительных прав на проектную документацию, согласно которому все имущественные права и права неимущественного характера на проектную документацию переходят от проектировщика к заказчику. При этом следует отметить особенности признания архитектурно-проектной документации объектом интеллектуальной собственности. В соответствии с п.1 ст. 1259 ГК РФ объектами авторского права являются «произведения архитектуры, градостроительства и садово-паркового искусства, в том числе в виде проектов, чертежей, изображений и макетов» [1]. Однако ст. 2 ФЗ «Об архитектурной деятельности в РФ» определяет в качестве архитектурного проекта часть документации, в которой содержится замысел объекта архитектуры [2]. Таким образом, авторское право распространяется не на документацию в целом, из всех разделов проектной документации объектом авторских прав может выступать только раздел «архитектурные решения», а также разработанная на основе архитектурного проекта рабочая документация.

Степень оптимальности функционирования бизнес-архитектуры проектной организации и ее основного бизнес-процесса напрямую зависит от уровня развития ИТ-инфраструктуры, ее соответствия бизнес-целям и стратегическим направлениям развития. Информационно-технологическое обеспечение бизнес-процесса включает локальную сеть, вычислительную технику и полиграфическое оборудование, программное обеспечение.

Как правило, базовое системное и прикладное программное обеспечение любой проектной организации включает: операционную систему, пакет прикладных программ для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.), антивирусное программное обеспечение для централизованной защиты от различных видов угроз, архиваторы для сжатия и хранения цифровых файлов в архивах, поисковые системы, предоставляющие возможность поиска необходимой информации в информационно-коммуникационной сети Интернет, браузеры для просмотра содержания веб-страниц, управления веб-приложениями, непосредственного просмотра содержания файлов текстовых, графических и аудио-, видеоформатов.

Для надежной защиты корпоративной и личной информации, передаваемой по сети Интернет, электронной почте и на съемных носителях, в проектных организациях используется специализированное программное обеспечение для защиты электронных документов. Например, система КриптоАРМ Стандарт Плюс позволяет создавать электронную подпись (в том числе усиленную квалифицированную электронную подпись), осуществлять ее проверку, шифрование и расшифровывание файлов, генерацию ключей электронной подписи, создание самоподписанных сертификатов. Программа поддерживает российские криптографические алгоритмы, взаимодействие с ключевыми носителями аппаратной реализации криптографии (токенами, смарт-картами).

В номенклатуре программных средств для инструментальной и информационной поддержки основного бизнес-процесса проектных организаций можно выделить следующие группы:

- 1) программное обеспечение для автоматизации инженерно-геодезических, инженерно-геологических, инженерно-экологических изысканий;
- 2) системы автоматизированного проектирования архитектурных объектов и подготовки проектной рабочей документации;
- 3) программные комплексы для проектирования и автоматизированного расчета строительных конструкций (инженерных систем и сетей, несущих элементов зданий и т.д.);
- 4) программные продукты для автоматизации составления и подготовки сметной документации;
- 5) графические редакторы для обработки изображений, моделирования, разработки дизайна и т.д.;
- 6) информационно-справочные системы для решения задач информационного обеспечения технологического процесса проектирования.

Номенклатура программных средств для инструментальной и информационной поддержки бизнес-процесса «Выполнение проектно-исследовательских работ» на примере ОАО «Гражданпроект» представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Номенклатура программных средств для инструментальной и информационной поддержки бизнес-процесса «Выполнение проектно-исследовательских работ» (на примере ОАО «Гражданпроект»)

Номенклатура программного обеспечения	Прикладные решения
Программное обеспечение для автоматизации инженерно-геодезических, инженерно-геологических, инженерно-экологических изысканий	Программный комплекс CREDO (CREDO DAT, CREDO_MIX, CREDO_GEO, CREDO ТРАНСКОР, CREDO ТРАНСФОРМ и др.)
Системы автоматизированного проектирования архитектурных объектов и подготовки проектной рабочей документации	САПР AutoCAD, AutoCAD Revit Architecture Suite
Программные комплексы для проектирования и автоматизированного расчета строительных конструкций (инженерных систем и сетей, несущих элементов зданий и т.д.)	Программные комплексы ГК «ЛИРА» (ЛИРА 9.4 PRO, ЛИРА-САПР, САПФИР, ЭКСПРИ, МОНОМАХ-САПР), ПРУСК, proFEt&STARK ES, «Конструктор зданий», SCAD Office, TEPLOOV и «ИНЖ-ТВ» и др.
Программные продукты для автоматизации составления и подготовки сметной документации	Программный комплекс «ГРАНД-Смета»
Графические редакторы для обработки изображений, моделирования, разработки дизайна и т.д.	3D Studio MAX 9, CorelDRAW, Graphics Suite X3, Adobe Photoshop CS3, Xara Xtreme
Информационно-справочные системы для решения задач информационного обеспечения технологического процесса проектирования	«Консультант Плюс», «СтройКонсультант, NormaCS

При проведении инженерных изысканий для объединения в общую технологическую цепочку процессов обработки информации в рамках единого информационного пространства по каждому проектируемому объекту ОАО «Гражданпроект» использует многофункциональный комплекс программных продуктов CREDO отечественных разработчиков. Функциональные возможности входящих в его состав решений позволяют:

- автоматизировать камеральную обработку наземных и спутниковых инженерно-геодезических измерений, полученных при инженерных изысканиях объектов промышленного, гражданского и транспортного строительства (CREDO DAT 3.1);
- создавать и корректировать цифровую модель местности на основе данных изысканий, автоматизировать проектирование генеральных планов транспортных сооружений, жилищно-гражданских объектов и предприятий (CREDO_MIX);
- формировать объемную математическую модель геологических слоев исследуемой площадки или полосы изысканий по уникальной методике, позволяющей строить и корректировать инженерно-геологические разрезы любой конфигурации и сложности (CREDO_GEO 2.1);
- приводить в единую систему координат результаты инженерных изысканий путем автоматизированного преобразования прямоугольных, геоцентрических, геодезических и др. координат и установления параметров перехода между ними (CREDO ТРАНСКОР 2.1);
- осуществлять сканирование исходных картографических и геодезических материалов (схем и чертежей) и посредством трансформации растровых материалов создавать топографические карты и планы (CREDO ТРАНСФОРМ 4.0).

Модули технологической линейки программного комплекса CREDO, являясь самостоятельными программными единицами, позволяют осуществлять экспорт/импорт данных и встраивать разработанные элементы в сложившиеся технологические цепочки.

Важнейшей компонентой архитектуры информационной системы проектной организации является система автоматизированного проектирования (САПР) архитектурных объектов и подготовки проектной рабочей документации [8]. Специализированная САПР AutoCAD компании Autodesk включает полный набор инструментальных средств, обеспечивающих комплексное двух- и трехмерное моделирование (создание, анализ и редактирование моделей) для архитектурного и машиностроительного проектирования, проектирования электрических систем, и представляет собой эффективное средство выпуска проектной и рабочей документации. Особенностью данного программного продукта является возможность организации работы всех групп проектировщиков в единой интерфейсной среде и оперативного внесения изменений в динамическую проектную модель на любой стадии проектирования. Приложение AutoCAD Revit Architecture Suite содержит специализированные инструменты архитектурно-строительного проектирования Revit Architecture, ускоряющие разработку архитектурных чертежей и проектной документации.

В области систем инженерных расчетов на предприятии используются ориентированные на проектирование и расчет строительные конструкции различного назначения и реализующие технологию информационного моделирования зданий программные комплексы ГК «ЛИРА» (ЛИРА 9.4 PRO, ЛИРА-САПР, САПФИР, ЭКСПРИ, МОНОМАХ-САПР), proFEt&STARK ES, ПРУСК, «Конструктор зданий», SCAD Office и др. Автоматизированное проектирование и расчет систем отопления, холодоснабжения, вентиляции, пожарной безопасности и шума в соответствии с требованиями нормативных документов производятся в сертифицированных прикладных решениях ТЕРПЛООВ и «ИНЖ-ТВ».

Генерацию и производство сметных расчетов строительно-монтажных работ, составление и подготовку сметной документации различных видов специалисты производят в программном комплексе «ГРАНД-Смета» версия 5.3 (Проф).

Обязательная графическая часть комплекта проектной и рабочей документации (архитектурно-планировочные, конструктивно-компоновочные и технологические решения) предполагает не только ее разработку в системах автоматизированного проектирования, но и наличие в проектной организации графических редакторов для обработки изображений, моделирования, разработки дизайна и т.д. Как правило, для работы с векторной графикой и растровых

изображений используются 3D Studio MAX 9, CorelDRAW, Graphics Suite X3, Adobe Photoshop CS3, Xara Xtreme.

Специфика деятельности проектных организаций предполагает применение широкого спектра нормативно-правовой и нормативно-технической информации, которая необходима при реализации как основных, так и обеспечивающих и управляющих бизнес-процессов. Информационной базой нормативно-правовой информации выступают электронные справочно-правовые системы «Консультант Плюс» и «Гарант», пользователями которых являются все структурные подразделения организации.

В качестве специализированной информационной базы нормативно-технической документации используется рекомендованная к применению в проектно-изыскательских организациях информационно-поисковая система «СтройКонсультант». Она содержит структурированную базу нормативно-технических и нормативно-правовых документов, регулирующих инженерные изыскания, архитектурно-строительное, инженерно-технологическое проектирование и строительство на территории Российской Федерации (СНиПы, ГОСТы, РДС, РСН, ГЭСНр и др.).

Кроме того, для автоматизации применения нормативной документации в процессе проектирования используются функциональные возможности актуальной полнотекстовой базы аутентичных нормативно-технических документов и стандартов NormaCS. Указанное решение представляет собой программный комплекс, интегрированный с офисными (Microsoft Office) и конструкторскими (AutoCAD) продуктами, что позволяет осуществлять поиск нормативов по любым параметрам в требуемом формате, цитировать и проставлять ссылки на нормы и стандарты в проектируемых документах и осуществлять автоматический нормоконтроль.

В результате анализа используемого в проектно-изыскательских организациях программного обеспечения можно сделать вывод о том, что формирование номенклатуры прикладных решений производится преимущественно за счет специализированных отечественных программных продуктов, что связано с особенностями нормативного и технического регулирования в области архитектурного проектирования и строительства на территории РФ и, как правило, направлено на автоматизацию технологического процесса производства проектной документации. Однако эффективная организация многоуровневого процесса проектной деятельности подразумевает не только информационно-технологическое обеспечение процесса производства проектной продукции, но и использование автоматизированных инструментов управления жизненным циклом проектов.

Сложность построения эффективной системы управления на предприятиях, вся деятельность которых осуществляется в виде непрерывного выполнения множества проектов, обусловлена технологическим процессом производства проектной документации, предполагающим параллельную реализацию подпроцессов в одновременно действующих технологических звеньях, взаимодействие большого числа специалистов в определенной области, обрабатывающих данные с использованием специализированных прикладных программных продуктов, обмен этими данными, а также периодический процесс координации и согласования результатов, синтез объекта проектирования из отдельных подсистем. В этой связи исследуемый бизнес-процесс имеет высокую вероятность возникновения разрывов при реализации этапов (стадий) жизненного цикла проекта.

Большинство архитектурных проектно-ориентированных организаций характеризуется высокой инертностью в вопросах использования специализированного программного обеспечения для управления проектной деятельностью. В условиях роста количества и сложности реализуемых предприятием проектов, жестких ресурсных и временных ограничений и возрастающих требований к оперативности реагирования потребность к централизованному управлению проектами все больше зависит от инструментальной составляющей, поддерживающей задачи проектного управления в масштабе предприятия. Повышение эффективности управления проектной деятельностью и оптимизация информационно-технологического обеспечения бизнес-процесса возможны путем создания единого пространства взаимодействия

всех ее участников, автоматизации методологии управления проектами с использованием современных инновационных прикладных решений корпоративного проектного управления, предназначенных для поддержки всего цикла управления проектом и автоматизированного решения комплекса задач управления портфелем проектов.

Список источников:

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 №51-ФЗ (ред. от 16.12.2019, с изм. от 12.05.2020) [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/aa87cfb5358dce8542e6c9b4b0593639d20e9/.
2. Федеральный закон от 17.11.1995 №169-ФЗ «Об архитектурной деятельности в РФ» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8344/.
3. ГОСТ Р 54869-2011 Проектный менеджмент. Требования к управлению проектом [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-54869-2011>.
4. 10 главных преимуществ применения проектного подхода [Электронный ресурс]. – URL: https://www.advanta-group.ru/blog/10-preimusestv-primenenia-proektnogo-podhoda/?utm_source=email&utm_medium=newsubscrber&utm_campaign=autoletter.
5. Варзунов А.В., Торосян Е.К., Сажнева Л.П., Анализ и управление бизнес-процессами: Учебное пособие. – СПб: Университет ИТМО, 2016. –112 с.
6. Зими́на Л.В., Малявкина Л.И. Особенности разработки моделей бизнес-процессов маркетинговой службы в инструментальных средствах ERwin Data Modeler и Rational Rose // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №3 (33). – С. 77-81.
7. Информационные системы и инструменты управления проектами. Конспект видеолекции [Электронный ресурс]. – URL: <http://aniri.flatrate.ru/Reading/Reading/Менеджмент/конспекты/%20лекций/15-PRM-04.pdf>.
8. Малявкина Л.И., Волобуев К.А. Тенденции развития систем автоматизированного проектирования // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2015. – №1 (11). – С. 31-34.
9. Малявкина Л.И., Савина А.Г., Зими́на Л.В. Моделирование как инструмент оптимизации бизнес-процессов при реализации процессного подхода к управлению высшим учебным заведением // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №1 (39). – С. 44-50.
10. Малявкина Л.И., Савина А.Г., Паршуткина И.Г., Лазаренко А.Л. Формирование и развитие системы инфраструктурного обеспечения деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства на основе цифровых платформ и технологий // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2019. – Т. 9. – №3 (32). – С. 56-66.
11. Правильное использование вех в управлении проектами [Электронный ресурс]. – URL: https://www.advanta-group.ru/blog/pravilnoe-ispolzovanie-veh-v-upravlenii-proektami/?utm_source=email&utm_medium=newsubscrber&utm_campaign=autoletter (Оригинал статьи: brighthubpm.com).
12. Программное обеспечение для управления проектами. Отчет по опросу пользователей [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.advanta-group.ru/blog/programmnoe-obespecenie-dla-upravlenia-proektami-otcet-po-oprosu-polzovatelej/>.

Башкатова С.С.**ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАЗВИТИИ ПЕРСОНАЛА
ИНТЕГРИРОВАННЫХ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ****Bashkatova S.S.****DIGITAL TECHNOLOGIES IN PERSONNEL DEVELOPMENT
OF INTEGRATED CORPORATE FARM**

*Башкатова Светлана Сергеевна**; обучающаяся, Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»; РФ, 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А;
e-mail: s.bashkatowa2015@yandex.ru

Bashkatova Svetlana Sergeevna; Central Russian Institute of Management – Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: s.bashkatowa2015@yandex.ru

В статье рассмотрена необходимость использования новых мобильных форм обучения персонала в условиях развития цифровой экономики. Приведены основные параметры развития современных форм мобильного образования персонала, его достоинства и недостатки. Раскрыта необходимость применения новых способов и приемов повышения профессиональных качеств в условиях реализации государственного проекта цифровизации экономики.

In the article the necessity to use the new mobile forms of personnel training under conditions of digital economy development is considered. Key development parameters of modern forms of mobile personnel education, its merits and demerits are presented. The necessity of application of new ways and techniques of increase of professional qualities under conditions of realization of the state project of economy digitalization is disclosed.

Ключевые слова: развитие персонала, цифровая экономика, технологии мобильного образования, компетенции персонала.

Keywords: personnel development, digital economy, technologies of mobile education, personnel competence.

Сущность цифровой экономики определяется как экономический уклад, основанный как на внедрении инновационной технологической основы, так и на использовании новых технологических возможностей. Данные технологические возможности определяют необходимость переработки большого количества информационных массивов данных, их сбора и хранения. Цифровизация России предполагает внедрение технологий блокчейна в сферах жизнедеятельности и обеспечения функционирования общества в таких областях, как государственное управление, кадровое обеспечение, образование, здравоохранение и информационная безопасность.

Со своей стороны деятельность отдельного хозяйствующего субъекта в цифровой экономике и его конкурентоспособность обеспечиваются не только наличием кадрового потенциала, но и наличием у кадров определенных компетенций, связанных с реалиями действительности в условиях цифровой экономики.

Данные факторы обуславливают необходимость создания кадрового потенциала с новыми компетенциями, что предполагает организацию деятельности, связанной с обучением работников, в том числе и с применением возможностей цифровых технологий.

Игнорирование данного факта чревато для экономики страны в целом невозможностью реализации задач экономического роста и внедрения инновационных технологий. Перевод экономики страны на рельсы цифрового уклада связан с роботизацией многих профессиональных функций в таких профессиях, как преподавание, адвокатура, судейство, здравоохранение и многих других. Таким образом, с проблемой овладения новыми компетенциями в условиях цифровой экономики столкнутся многие профессионалы. И человек с новыми профессиональными компетенциями станет ключевой фигурой в цифровой экономике.

Необходимо отметить, что человек в цифровой экономике не только вынужден менять

* Научный руководитель: *Лытнева Наталья Алексеевна*, д.э.н., профессор, академик РАН; e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru

свои профессиональные компетенции и принимать ограничения, связанные с цифровыми технологиями, но и пользоваться ее благами. Основным преимуществом цифровой экономики является возможность постоянного обучения и повышения своей квалификации с минимальными временными затратами [2].

Таким образом, работник в новой цифровой реальности – это и профессионал с уникальными компетенциями, и обучающийся.

Эффективность деятельности профессионала в условиях цифровой экономики повышается за счет овладения им не только информационных технологий в их чистом виде, но и умениями строить коммуникационный процесс в условиях сетевого общения, творчески подходить к проблеме реализации своих идей, наличия критического мышления, и умения планировать и управлять проектами.

Компетенции эффективного персонала в условиях цифровой экономики – это наличие ответственности, адаптивности, инновационного мышления, эмоционального интеллекта и предприимчивости.

Цифровая форма экономики предполагает и изменение требований к выпускникам школ и вузов, к ведению образовательной деятельности, к методам и способам повышения квалификации персонала. При этом цифровизация данных позволит сформировать цифровой портрет не только выпускника, но и профессионального работника.

Так называемая цифровая история каждого работника будет накапливаться в течение его профессиональной карьеры и отражать не только уровень его начального профессионального обучения, но и данные по результатам его дополнительного профессионального образования.

Цифровизация профессионального роста каждого специалиста позволит не только видеть историю его профессионального роста, но и использовать его потенциальные возможности по мере диагностики его способностей и талантов [4].

Цифровизация позволит диагностировать индивидуальные способности и проблемы в профессиональном росте для каждого работника. А диагностика, в свою очередь, – выбрать программы обучения, необходимые именно данному специалисту для повышения его профессионального уровня.

Экономика знаний в цифровом мире по мере роста запаса данных знаний будет пополняться за счет открытых для каждого пользователя ресурсов не только в рамках всей системы, но и на корпоративном уровне за счет внутрикорпоративных систем обучения.

Дополнительное профессиональное обучение также претерпит изменения в условиях цифровой экономики, и будет предполагать не только практическую работу на местах, но и стажировку в других организациях, имеющих сетевые ресурсы и онлайн образовательные ресурсы для этих целей.

Семьдесят процентов всего рынка корпоративного обучения отводится именно под образование вне аудитории, то есть вне присутствия обучающихся и преподавателей в одной аудитории. Данный вид обучения по затратам дешевле обычного на двадцать процентов (рисунк 1) [5].

Одним из основных преимуществ такого формата обучения является тот факт, что обучение проходит в удобное для обучающегося время и в удобном для него месте.

Самыми популярными форматами являются форматы электронного обучения, различного рода тренинги, коучинги, форматы личностного роста и т.д.

Электронное обучение предполагает использование технологий мультимедиа. Данная технология в разы повышает эффективность обучения онлайн и позволяет организовать учебный процесс, не отвлекая работника от выполнения своих профессиональных обязанностей.

Данный процесс предполагает использование как дистанционных средств доставки учебных материалов на компакт-дисках или использование сетей Internet. Данная форма обучения применима и для повышения эффективности дистанционных форм обучения [7]. Одним из основных преимуществ данного вида обучения является обучение согласно индивидуальным планам конкретного обучающегося, учет его знаний и профессионального уровня [3].

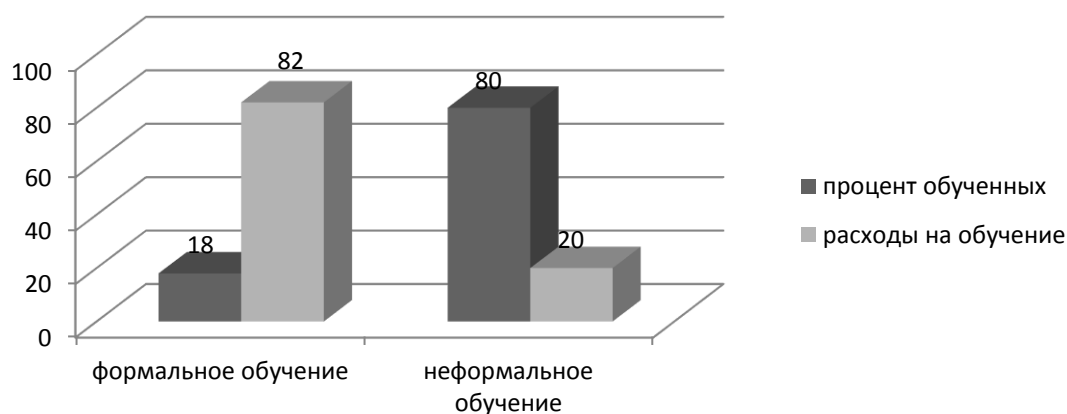


Рисунок 1 – Соотношение расходов на формальное и неформальное обучение

Основные технологии и методы электронного обучения представлены на рисунке 2.

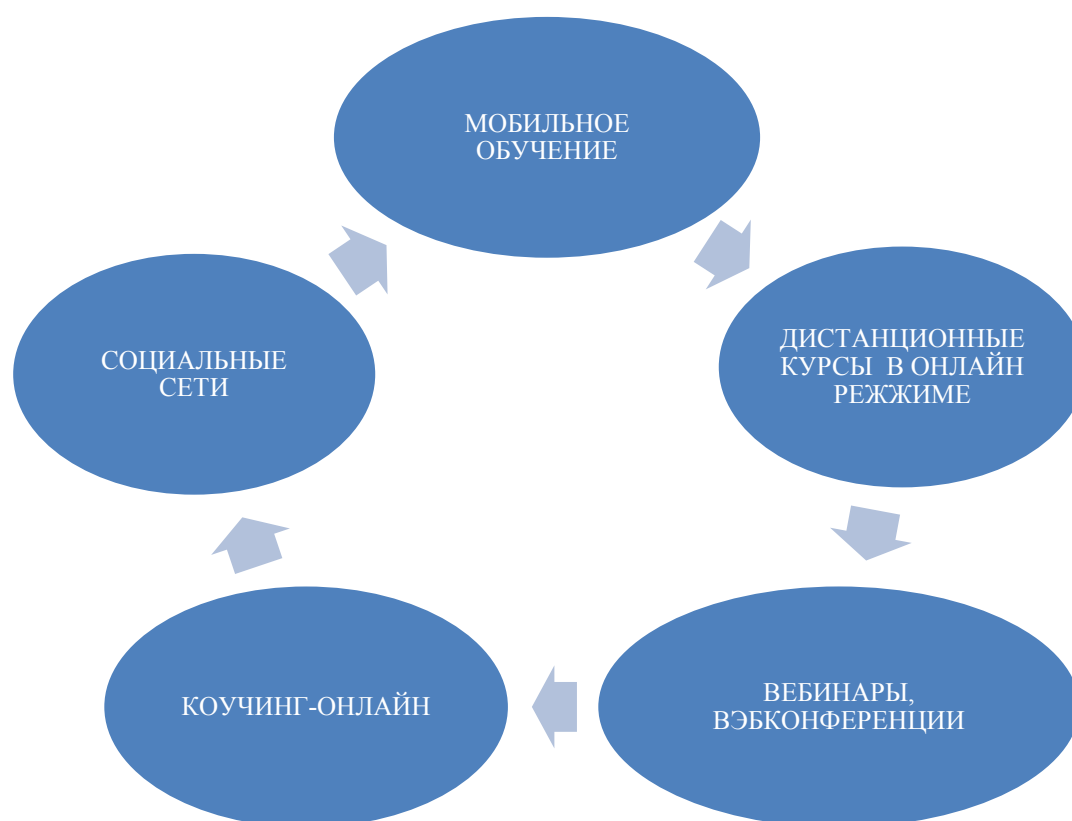


Рисунок 2 – Основные методы электронного обучения

Развитие технологий цифрового мира позволяет говорить о появлении новых форм мобильного обучения с привлечением различного рода современных гаджетов: от телефонов до планшетов [8].

Чрезвычайно популярно данное обучение в компаниях с зарубежными традициями управления развитием персонала. На рисунке 3 представлен формат «Школа мобильного обучения». Подобного рода форматы используют многие представительства крупных зарубежных компаний у нас в России.

Среди основных преимуществ представителями западных компаний отмечаются: дешевизна такого рода обучения сотрудников и повышение их квалификации без отрыва от выполнения профессиональных обязанностей.

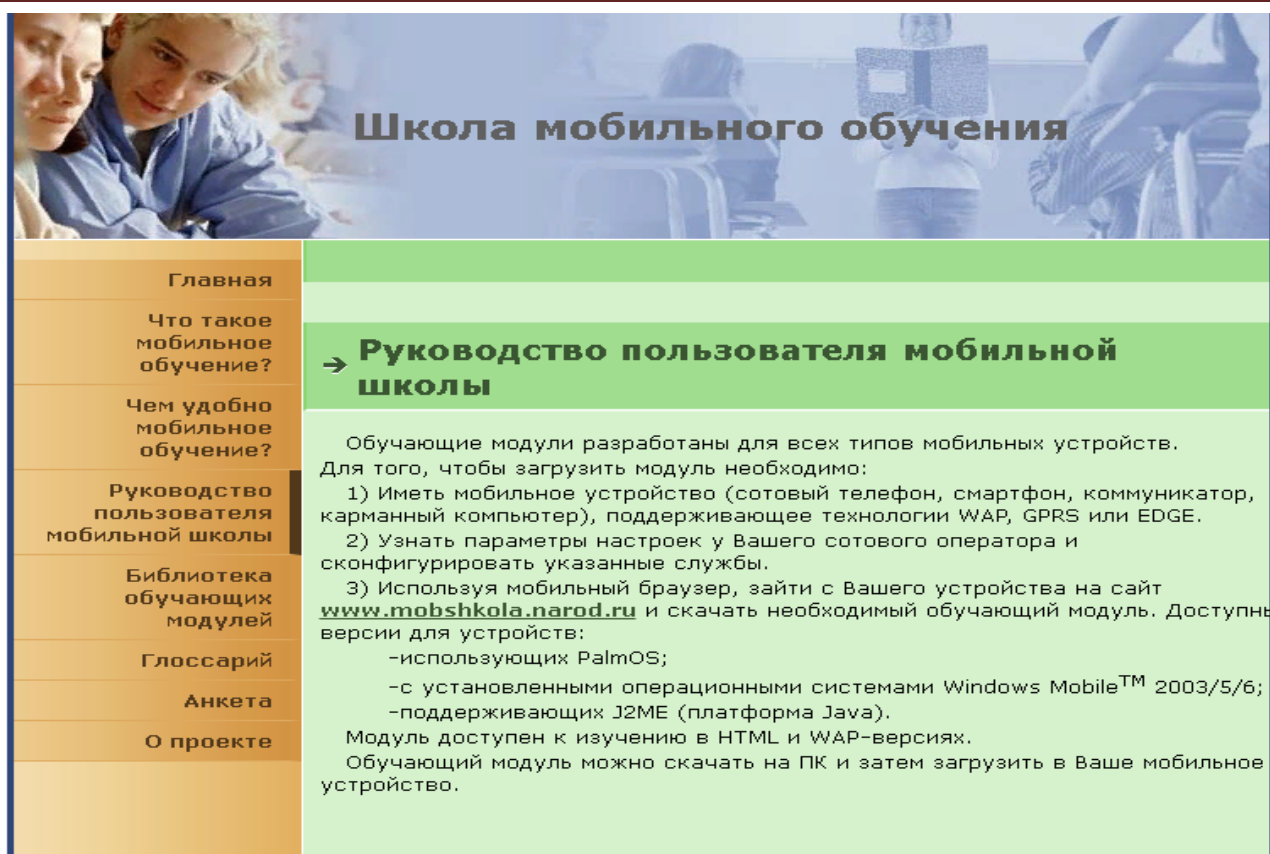


Рисунок 3 – Школа мобильного обучения

Как и у любого процесса, у мобильного обучения есть свои недостатки. К ним, в частности, относятся: высокие материальные затраты на покупку программного обеспечения и небольшой формат самих устройств, используемых в мобильном обучении.

Одной из перспективных форм обучения в цифровом формате являются корпоративные социальные сети. Данная сеть организована в форме портала, объединяющего определенную аудиторию и организованную по формату социальных сетей. Данные сети реализуют свой потенциал как в формате только для сотрудников компании, так и в расширенном доступе для всех желающих. В данных сетях накапливается опыт лучших сотрудников компании и в дальнейшем он доступен для всех пользователей портала.

Многие российские компании начинают применять социальные сети в целях повышения эффективности совместной работы персонала (напр., «Энвижн Групп», «Лето Банк», «Почта России», «МТС» – сеть «МТС Лайф 2», Национальный банк сбережений – сеть «34 этаж») [9].

Современными средствами проведения презентаций, совещаний, семинаров в режиме реального времени являются онлайн-семинары, веб-конференции, вебинары, онлайн-тренинги.

Трудности при внедрении электронного обучения могут быть связаны на современном этапе как с непониманием важности процесса руководителями компаний [11], так и с проблемами в оснащении предприятий необходимым оборудованием, с отсутствием в компании необходимых специалистов по развитию таких форм обучения и разработки электронного контента и низкая мотивация самих сотрудников.

Однако, несмотря на все возможные проблемы при внедрении форм цифрового обучения персонала, несомненными плюсами его являются: сокращение расходов в будущем на обучение и переподготовку кадров, рост мотивации сотрудников, рост их творческого потенциала и повышение конкурентных преимуществ компании на рынке.

Список источников:

1. Алиев В.М. Политико-правовые аспекты перехода к цифровой экономике в России // Российский следователь. – 2018. – №9. – С. 48-52.
2. Иванов В.В., Малинецкий Г.Г. Цифровая экономика: мифы, реальность, перспектива. – М.: РАН, 2017. – 64 с.
3. Лытнева Н.А. Система образовательных индикаторов для повышения уровня профессиональных компетенций экономистов в малом предпринимательстве // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2012. – №1 (5). – С. 109-113.
4. Незнамов А.В. «Цифровое просвещение», доступность правосудия и экономическая составляющая цифровизации гражданского судопроизводства // Арбитражный и гражданский процесс. – 2019. – №9. – С. 53-57.
5. Овчинский В. Слово и «цифра» (беседа Александра Проханова с доктором юридических наук Владимиром Овчинским) // Изборский клуб. Русские стратегии. – 2018. – №8(54). – С. 2-10.
6. Парушина Н.В., Лытнева Н.А. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов и фонда заработной платы организации // Аудитор. – 2012. – №9. – С. 30-35.
7. Ситникова Е.Г., Сенаторова Н.В. Сфера труда: антикризисные меры. – М.: Редакция «Российской газеты», 2018. – 159 с.
8. Соловых Н.Н. Цифровая экономика диктует необходимость квалифицированных кадров с новыми компетенциями // Российский следователь. – 2018. – №5. – С. 64-68.
9. Талапина Э.В. Правовое регулирование цифрового правительства в России: возможности учета требований ОЭСР // Государственная власть и местное самоуправление. – 2018. – №3. – С. 20-25.
10. Терещенко Л.К. Модернизация информационных отношений и информационного законодательства: Монография. – М.: Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве РФ; ИНФРА-М, 2013. – 227 с.
11. Шмелькова Л.В. Кадры для цифровой экономики: взгляд в будущее // Дополнительное профессиональное образование в стране и мире. – 2016. – №8 (30). – С. 1-4.

УДК 376.5:94(470)"1917/1920"

Жиляева С.К.

**К ВОПРОСУ О МЕРАХ БОРЬБЫ С ДЕТСКОЙ БЕСПРИЗОРНОСТЬЮ
И БЕЗНАДЗОРНОСТЬЮ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ
В ПЕРВЫЕ ГОДЫ СОВЕТСКОЙ ВЛАСТИ**

Zhilyaeva S.K.

**TO THE QUESTION ON MEASURES TO STRUGGLE AGAINST
CHILD HOMELESSNESS AND NEGLECT OF MINORS
IN THE FIRST YEARS OF THE SOVIET POWER**

*Жиляева Светлана Константиновна; кандидат юридических наук, доцент; ФГКОУ ВО «Орловский юридический институт Министерства внутренних дел Российской Федерации имени В.В. Лукьянова»; РФ, 302027, г. Орел, ул. Игнатова, д. 2;
e-mail: zhilyaevask@mail.ru*

*Zhilyaeva Svetlana Konstantinovna; candidate of juridical sciences, associated professor; Orel Law Institute of the Ministry of the Interior of the Russian Federation named after V.V. Lukyanov; 2 Ignatova Street, Orel 302027, Russian Federation;
e-mail: zhilyaevask@mail.ru*

В данной статье рассматриваются проблемные вопросы борьбы с безнадзорностью и беспризорностью несовершеннолетних в первые годы Советской власти. Автор отмечает, что, несмотря на большое количество беспризорников, появившихся в России в результате Первой мировой и Гражданской войн, к 1940 году детская беспризорность в нашей стране в целом была ликвидирована.

In the article the problem questions of struggle against neglect and homelessness of the minors in the first years of the Soviet power are considered. The author notices, that despite considerable quantity of homeless children appeared in Russia as a result of the First World War and Civil War, child homelessness in our country had been liquidated by 1940 as a whole.

Ключевые слова: беспризорность, безнадзорность, профилактика преступности и беспризорности несовершеннолетних.

Keywords: homelessness, neglect, preventive maintenance of criminality and homelessness of minors.

31 мая 1935 года вышло постановление «О ликвидации детской беспризорности и безнадзорности». В документе критиковалась работа советских и партийных органов в области ликвидации и предупреждения детской беспризорности, несмотря на выделение государством «огромных средств на содержание детских учреждений». Параллельно ставилась задача по усилению борьбы с хулиганством несовершеннолетних на улицах. Также были усилены меры ответственности родителей и опекунов. С этого времени берут свое начало подразделения по делам несовершеннолетних органов внутренних дел.

Большое количество беспризорников появилось в России в результате Первой мировой и Гражданской войн. Сотни тысяч детей остались без опеки, они бродили по стране, не имея какого-либо контроля. В 1921 году их насчитывалось более 4,5 млн, а уже в 1922-м, согласно другой статистике, – около 7 млн. Для сравнения, в 1910 году в Российской империи было примерно 2,5 млн беспризорных детей.

Решение проблемы потребовало значительных усилий со стороны Советского государства и общества в целом.

В 1919 году был издан декрет об учреждении Совета по защите детей под председательством наркома просвещения Анатолия Луначарского. Этот орган занимался эвакуацией детей в «хлебные районы», организацией общественного питания, продовольственного и материального снабжения, оказанием первой помощи беспризорникам и подготовкой их к распределению по стационарным учреждениям.

Борьба с беспризорностью, таким образом, стала государственной задачей. В 1920-м по

губерниям было разослано постановление Наркомата образования, в котором указывалось на необходимость создания специальной детской милиции, лечения беспризорников, организации приемников. В 1921 году при ВЦИК была образована Комиссия по улучшению жизни детей под руководством Феликса Дзержинского. Вопросом занимались также профсоюзы, комсомол и партийные организации. Беспризорников брали на учет в милиции, ГПУ и уголовном розыске. Появлялись детские воспитательные учреждения интернатного типа – детские дома, трудовые коммуны, школы-колонии, школы-коммуны, детские городки. Если в 1919 году под опекой находились 125 тыс. детей, то в 1921-1922 годах уже 540 тыс.

С 1922 года стали вводиться квоты для производственного обучения и трудоустройства подростков.

Активно внедрялись такие формы работы с беспризорниками, как патронат, усыновление, опека и попечительство. В 1923 году только в Москве на эту работу делегировали 15 тыс. педагогических работников. В следующем году прошла 1-я московская конференция по борьбе с беспризорностью. Тогда же к решению проблемы подключились чекисты. В 1925 году в СССР началась кампания по усыновлению детей, чтобы разгрузить детские дома. Созданные общества «Друзья детей» организовывали ночлежки, приюты, рабочие мастерские, летние лагеря отдыха и детские площадки для беспризорников. В 1925-м функционировали 280 детских домов, 420 трудовых коммун и 880 детских городков.

В августе 1926 года ЦИК и Совнарком СССР приняли постановление «О мерах по борьбе с детской беспризорностью», предусматривавшее улучшение трудовой подготовки в детских домах, коммунах и колониях. Местные органы власти обязывались всемерно привлекать к этому делу общественность, комсомольские и профсоюзные организации. В результате принимавшихся мер уровень беспризорности последовательно снижался, но оставался все еще высоким.

В 1926 году в РСФСР насчитывалось до 300 тыс. беспризорников, в 1927-м – около 215 тыс.

«Беспризорность к концу 1920-х годов резко сокращается. Была поставлена задача ее полного устранения. Однако тогда в масштабах всей страны сделать это не удалось. На начало 1926 года, по данным Наркомпроса в СССР было 300 тыс. детей, нуждавшихся в помощи. Из них не менее 150 тыс. беспризорных. К концу 1933 года количество беспризорных в стране резко снизилось, а в начале 1934-го вновь возросло. В этом году было зарегистрировано 1600 преступлений подростков. По данным ОГПУ в 1934 году состояние беспризорности в стране характеризовалось крайне неблагоприятно», – уточняется в статье историка Натальи Билим «Проблемы ликвидации беспризорности в СССР в 1920-1930 гг.».

Новый рост беспризорности в 1930-х годах обусловила коллективизация сельского хозяйства. Увеличению числа беспризорников и особенно детей, оставшихся без надзора родителей и родственников, способствовали репрессии.

Усиление административных начал в проведении внутренней политики государства привело к сужению круга субъектов, занятых решением проблемы. В частности, была ликвидирована центральная комиссия по делам несовершеннолетних, фактически упраздняясь детская социальная инспекция и т.д. Полномочия по борьбе с беспризорностью отныне возлагались на милицию, а также на общества содействия органам милиции и органам уголовного розыска.

Историк Ирина Лаврова в своей работе «Борьба с беспризорностью на Урале в 1929-1941 гг.» относительно положения дел в этом регионе в указанный период отмечает следующее: «В 1932-1933 гг., а также в 1936-1937 гг. в уральской деревне разразился голод. Сельское население не смогло справиться с бедствием, огромное количество детей бродяжничали, занимались нищенствованием, оказались беспризорными, сиротами – в результате смерти родителей. Еще один фактор роста беспризорности в 1930-е гг. – гибель традиционных семейных устоев, трудности семейного воспитания. К этому вели изменения семейно-брачных отношений, провозглашение освобождения от старых семейных устоев. Разрушали семью массовые политические репрессии. С одной стороны, беспризорность и безнадзорность обуславливались недостатком внимания к детям со стороны родителей, с другой – слабым развитием дошкольной и школьной сети».

В постановлении от 31 мая 1935 года «О ликвидации детской беспризорности и безнадзорности» отмечалась плохая работа «местных советских органов и партийных, профсоюзных и комсомольских организаций в области ликвидации и предупреждения детской беспризорности и отсутствие организованного участия в этом деле советской общественности». Особо подчеркивалось, что, несмотря на выделение государством «огромных средств на содержание детских учреждений», в городах страны оставались беспризорные дети. Были усилены меры в отношении родителей и опекунов. Для них устанавливалась материальная ответственность за действия детей.

Вместе с тем констатировалось значительное сокращение численности беспризорников.

В документе за подписью Иосифа Сталина и Вячеслава Молотова сообщалось, что «совершенно недостаточна, а в ряде мест и вовсе отсутствует организованная борьба с детским хулиганством и преступными элементами среди детей и подростков; до сих пор не созданы условия, при которых дети, по той или иной причине очутившиеся «на улице», немедленно помещались бы в соответствующие детские учреждения или возвращались к родителям; отсутствует воздействие и привлечение к ответственности родителей и опекунов, безучастно относящихся к своим детям и допускающих хулиганство, воровство, разврат и бродяжничество их».

«Установить во всех детских домах и колониях, в соответствии с возрастом, трудовой режим, обеспечивающий привитие детям трудовых навыков и овладение определенной профессией ко времени выхода из детского дома или колонии путем организации мастерских при детском доме или колонии, а также прохождения производственной практики на предприятиях», – говорилось в постановлении.

Начиная с 1935 года стала осуществляться специализация прокуроров, следователей, работников органов дознания, судей, адвокатов по делам несовершеннолетних, что обеспечило более эффективную борьбу с преступностью среди детей и подростков.

Во исполнение постановления «О ликвидации беспризорности и безнадзорности» 7 июня 1935-го НКВД СССР издал приказ, в котором говорилось, что борьба с беспризорностью «является важнейшей и повседневной задачей всего чекистского аппарата». В составе наркомата был создан отдел трудовых колоний для несовершеннолетних, на который возлагалась обязанность организации работы детских приемников-распределителей и трудоустройства воспитанников колоний. На участковых инспекторов и патрульно-постовую службу милиции возлагалось изъятие беспризорных с улиц.

Как следствие, в 1940 году количество таких детей составляло не более 1% от уровня 1922 года.

Беспризорность вновь резко возросла с началом Великой Отечественной войны.

Список источников:

1. Астахов П. Самое слабое звено: в России растёт число беспризорных детей. Риск ухода ребёнка из дома увеличивается с 11-летнего возраста [Электронный ресурс]. – URL: <https://news.ru/society/v-rossii-vyroslo-chislo-besprizornyh-detej/>.
2. Государство и общественность в борьбе с детской беспризорностью. – М., 1927. – С. 75.
3. Систематический сборник действующих руководящих приказов, циркуляров и инструкций по милиции. – М., 1926. – С. 405-406.
4. Охрана детства. – 1931. – №2. – С. 2.
5. Систематический сборник действующих руководящих приказов, циркуляров и инструкций по милиции. – М., 1926. – С. 408-409.
6. Билим Н.Н. Проблемы ликвидации беспризорности в СССР в 1920-1930-е гг. (правовой аспект) // Общество и право. – 2011. – №1 (33). – С. 13-16.
7. Доклад Н.А. Семашко на заседании Президиума ВЦИК // 15 лет работы по улучшению жизни детей. – М., 1936. – С.17. – СССР, 1935, и 32, ст. 252.
8. Жилыева С.К. Организационно-правовые основы борьбы Орловской милиции с детской беспризорностью и преступностью несовершеннолетних в годы Великой Отечественной войны и послевоенный период (1941-1951 гг.) (историко-правовое исследование): дисс. ... канд. юр. наук: 12.00.01. – Орел, 2004. – 198 с.

Грибанова М.Ю.

ИНДИВИДУАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ТРАЕКТОРИЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ В УЧРЕЖДЕНИЯХ ОБЩЕГО СРЕДНЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Gribanova M.Yu.

INDIVIDUAL EDUCATIONAL PATH OF THE STUDENTS OF GENERAL SECONDARY EDUCATION INSTITUTIONS

Грибанова Мария Юрьевна*; обучающаяся, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орел, ул. Комсомольская, д. 95; e-mail: gribanovamaria97@yandex.ru

Gribanova Maria Yurievna; Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: gribanovamaria97@yandex.ru

В работе исследуется понятие «индивидуальная образовательная траектория обучающегося», выделяются его особенности, изучается связь понятий «индивидуальная образовательная траектория» и «индивидуальный образовательный маршрут», рассматриваются этапы построения индивидуальной образовательной траектории.

In the work the concept of "individual educational path of the student" is investigated, and its features are allocated. The relationship of the concepts "individual educational path" and "individual educational route" is studied, and the stages of building of an individual educational path are considered.

Ключевые слова: индивидуальная образовательная траектория, индивидуальный образовательный маршрут, направления реализации индивидуальной образовательной траектории, этапы построения индивидуальной образовательной траектории.

Keywords: individual educational path, individual educational route, directions of realization of an individual educational path, stages of building of an individual educational path.

Одной из целей обучения в средней школе наряду с достижением предметных результатов образования и формированием метапредметных универсальных учебных действий в рамках компетентностного подхода в общем образовании является развитие личностного потенциала обучающегося [1; 2]. Формирование и развитие образованной, креативной, компетентной личности – это одна из ключевых задач, стоящих перед современным образованием и педагогами. Это отражено и в Федеральном государственном образовательном стандарте среднего (полного) общего образования (ФГОС ОО), который вводит требования к результатам освоения учащимися основной образовательной программы, в частности и к личности, которые включают в себя «готовность и способность обучающихся к саморазвитию и личностному самоопределению».

Это стимулирует появление так называемого личностно-ориентированного обучения, одним из важнейших принципов которого является вариативность образования. Это, в свою очередь, обуславливает возможность выбора каждым обучающимся своей индивидуальной образовательной траектории.

В научных исследованиях, посвящённых индивидуализации образования, как правило, часто используются два схожих понятия: «индивидуальная образовательная траектория» и «индивидуальный образовательный маршрут». Обратившись к «Толковому словарю русского языка» С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой, мы видим, что под «траекторией» понимается «линия движения какого-нибудь тела или точки» [6, с. 684], в то время как под «маршрутом» – «путь следования» [6, с. 458]. Таким образом, данные два понятия в целом синонимичны. Однако применительно к области образования они всё же могут быть разведены тем, что линия движения образовательной программы, то есть образовательная траектория, конкретизируется в пути – образовательном маршруте. Следовательно, понятие «траектория» несколько шире понятия «маршрут».

* Научный руководитель: **Воронкова Любовь Викторовна**, к.п.н., доцент; e-mail: pedagog57@mail.ru

Дефиниция понятия «индивидуальная образовательная траектория» разрабатывалась такими исследователями, как В.С. Мерлин, Е.А. Климов, А.В. Хуторской, И.С. Якиманская. Вышеуказанные авторы излагают в своих работах различные подходы к трактовке термина «индивидуальная образовательная траектория».

А.В. Хуторской [9, с. 48] и И.С. Якиманская [11, с. 28] под индивидуальной образовательной траекторией подразумевают, по их собственному определению, «персональный путь реализации личностного потенциала каждого ученика». При этом И.С. Якиманская акцентирует внимание на том, что «индивидуальная образовательная траектория зависит не только от обучения, но и от психофизиологических особенностей личности, жизненных ситуаций, в которых живет и воспитывается человек» [12, с. 69].

В.С. Мерлин и Е.А. Климов, занимаясь исследованиями в области данной проблематики, предлагают несколько иную трактовку данного термина и утверждают, что «индивидуальная образовательная траектория есть проявление стиля учебной деятельности каждого учащегося, зависящего от его мотивации, обучаемости, и осуществляемое в сотрудничестве с педагогом» [5, с. 17].

Некоторые исследователи, такие как Г.К. Селевко, С.В. Воробьева, Н.А. Лабунская, А.П. Тряпицына, Ю.Ф. Тимофеева, совсем не выделяют в своих работах понятие «индивидуальная образовательная траектория», а занимаются рассмотрением понятия «индивидуальный образовательный маршрут», у которого также существует множество трактовок.

Так, например, Г.К. Селевко определяет его как «структурированную программу действий ученика на некотором фиксированном этапе его обучения» [7, с. 226].

Н.А. Лабунская, А.П. Тряпицына, С.В. Воробьева и Ю.Ф. Тимофеева, в свою очередь, утверждают, что «индивидуальный образовательный маршрут есть целенаправленно проектируемая дифференцированная образовательная программа, обеспечивающая учащемуся позиции субъекта выбора, разработки и реализации образовательной программы при осуществлении преподавателями педагогической поддержки его самоопределения и самореализации» [8, с. 140].

Однако существует и другая точка зрения. В работах Н.А. Будаевой, С.А. Вдовиной, И.М. Кунгуровой термин «индивидуальная образовательная траектория» вводится одновременно с термином «индивидуальный образовательный маршрут». Они утверждают, что эти два понятия не взаимоисключают друг друга, а, напротив, взаимодополняют. В этом случае индивидуальный образовательный маршрут понимается как составная часть индивидуальной образовательной траектории.

Так, например, Н.А. Будаева утверждает, что «индивидуальная образовательная траектория предусматривает наличие индивидуального образовательного маршрута, а также разработанный способ его реализации» [3, с. 6].

С этих же позиций рассматривают данные понятия С.А. Вдовина и И.М. Кунгурова. Подразумевая, что индивидуальный образовательный маршрут – это лишь один из компонентов индивидуальной образовательной траектории, они выделяют в своих исследованиях «три направления реализации индивидуальной образовательной траектории: содержательное, деятельностное и процессуальное» [4, с. 5].

Содержательное направление предполагает непосредственно «предоставление учащемуся возможности овладения тем содержанием образования и на том уровне, который в наибольшей степени отвечает его возможностям, потребностям и интересам» [4, с. 5].

Деятельностное направление базируется на «практическом внедрении индивидуальных траекторий обучения путём использования в обучающем процессе современных ИТ-технологий» [4, с. 6].

Процессуальный путь подразумевает под собой организационные аспекты процесса обучения, в частности, такие как «масштаб индивидуальных траекторий обучения, то есть внедрение программ на базе отдельной школы, класса, параллели классов или области образования» [4, с. 6].

Построение индивидуальной образовательной траектории учащегося осуществляется

поэтапно. Подходы к выделению этих этапов у различных исследователей также неодинаковы. Наиболее распространённым является подход Н.А. Будаевой, которая в своей работе [3] предлагает следующие этапы построения индивидуальной образовательной траектории:

Этап 1. Определение уровня развития ребенка, т.е. осуществление диагностики его индивидуальных качеств и способностей.

На первом этапе педагог осуществляет проведение педагогической диагностики индивидуальных качеств и способностей учащегося. При необходимости им составляется карта интересов учащегося. Итог данного этапа – перечень используемых методов изучения, а также список одаренных или же просто наиболее мотивированных учащихся и распределение их по группам с учетом профилей обучения.

Этап 2. Постановка краткосрочных и долгосрочных целей и анализ путей к их достижению.

На данном этапе педагог, исходя из результатов диагностики, совместно с учащимся и его родителями определяет цели индивидуальной образовательной траектории, а также анализирует возможные способы её достижения. Итог этапа – «индивидуальная образовательная программа с учетом требований образовательной программы школы» [3, с. 7].

Этап 3. Определение времени, требуемого учащемуся для прохождения индивидуальной образовательной траектории.

Сроки прохождения индивидуальной образовательной траектории учащимся определяются педагогом в индивидуальном порядке по согласованию с родителями и самим учеником в соответствии с поставленными целями и потребностями самого учащегося. Итог этапа – «индивидуальная внеурочная деятельность учащихся и нелинейное расписание учебных занятий» [3, с. 7].

Этап 4. Определение роли родителей на всех этапах процесса реализации индивидуальной образовательной траектории.

В рамках данного этапа педагогом осуществляется проведение индивидуальных консультаций с родителями учащегося, в ходе которых обсуждается степень их участия в процессе реализации индивидуальной образовательной траектории. Итог этапа - система мер поддержки и контроля над деятельностью учащегося в ходе самостоятельной работы по прохождению индивидуальной образовательной траектории, разработанная педагогом совместно с родителями.

Этап 5. Разработка учебно-тематического плана.

На данном этапе на основе анализа ФГОС среднего (полного) общего образования и учебно-тематического плана по учебной дисциплине педагогом осуществляется разработка учебно-тематического плана для индивидуальной образовательной траектории, в том числе подбор ряда дополнительных тем к уже имеющимся темам из базовой программы, выполненный с опорой на интересы ребенка, его возможности и поставленные цели. Итог данного этапа – индивидуальный учебно-тематический план учащегося.

Этап 6. Определение содержания индивидуальной образовательной траектории учащегося.

На данном этапе педагогу необходимо определить содержание образования в рамках изучения конкретной учебной дисциплины или её раздела посредством выявления основных проблемных вопросов, подлежащих изучению учащимся в рамках каждой темы, а также разработки инновационных методов работы с учащимся в процессе реализации индивидуального образовательного маршрута и добавления их к традиционным методам из базовой программы. Итог данного этапа – содержание индивидуальной образовательной траектории учащегося, выраженное в перечне конкретных проблемных вопросов каждой темы и методах их изучения.

Этап 7. Определение методов контроля и способов оценки успехов учащегося.

На заключительном этапе построения индивидуальной образовательной траектории педагогу необходимо подобрать комплекс методов контроля над усвоением тем, прописанных в индивидуальной образовательной программе, а также способы оценки учащегося. Итог этого этапа – перечень учебных заданий по каждой теме, который закреплен в содержании индивидуальной образовательной траектории.

Таким образом, в условиях современного образования в рамках индивидуализации процесса обучения построение индивидуальных образовательных траекторий учащихся является неотъемлемой частью организации образовательного процесса.

Список источников:

1. Алдошина М.И. Опыт практической реализации в университете программ подготовки педагога-психолога по работе с детьми с девиантным поведением // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2016. – №115. – С. 284-293.
2. Алдошина М.И. Современные проблемы науки и образования: Учебное пособие. – Орел: ООО «Горизонт». 2016. – 157 с.
3. Будаева Н.А. Разработка и оформление индивидуального образовательного маршрута. Методическое пособие. – Усть-Кут: МОУ ДОД ДЮЦ УКМО, 2015. – 27 с.
4. Вдовина С.А., Кунгурова И.М. Сущность и направления реализации индивидуальной образовательной траектории // Науковедение. – 2013. – №6. – С. 1-8.
5. Воронкова Л.В., Гришкина Д.А. Требование образовательного стандарта педагога и ФГОС ВО к результатам освоения профессии учителя // Образование и общество. – 2020. – №1 (120). – С. 30-36.
6. Климов Е.А. Индивидуальный стиль деятельности в зависимости от типологических свойств нервной системы: К психол. основам науч. организации труда, учения, спорта. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 1969. – 278 с.
7. Ожегов С.И. Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: Азъ, 1992.
8. Селевко Г.К. Энциклопедия образовательных технологий. В 2-х т. – Т. 1. – М.: Народное образование, 2005. – 556 с.
9. Тряпицына А.П. Образовательная программа – маршрут ученика: Ч. 1/ под ред. А.П. Тряпицыной, Е.И. Казаковой. – СПб.: Издательство «ЮИПК», 1998 – 118 с.
10. Хуторской А.В. Методика личностно-ориентированного обучения. Как обучать всех по-разному? : пособие для учителя. – М.: Владос-Пресс, 2005. – 383 с.
11. Хуторской А.В. Развитие одаренности школьников: методика продуктивного обучения: пособие для учителя. – М.: Владос, 2000. – 320 с.
12. Якиманская И.С. Личностно ориентированная школа: критерии и процедуры анализа и оценки её деятельности // Директор школы. – 2003. – №6. – С. 27-36.
13. Якиманская И.С. Требования к учебным программам, ориентированным на личностное развитие школьников // Вопросы психологии. – 1994. – №2. – С. 64-77.

ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ И ВОСПИТАНИЯ

УДК 371.3:94

Истомина А.А.

ДЕЛОВАЯ ИГРА КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ МЕТАПРЕДМЕТНЫХ УМЕНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ ИСТОРИИ

Istomina A.A.

BUSINESS GAME AS A MEANS OF FORMATION OF META-SUBJECT ABILITIES OF HISTORY STUDENTS

Истомина Алёна Андреевна*; обучающаяся, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орел, ул. Комсомольская, д. 95; e-mail: alist0mina@yandex.ru

Istomina Alena Andreevna; Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: alist0mina@yandex.ru

В статье рассматривается деловая игра как средство достижения метапредметных результатов. Игра является одним из эффективных методов развития личностных качеств учащихся, а также обладает большим потенциалом при формировании практических навыков обучающихся. В статье анализируются современные подходы к организации, реализации и оценке игровой деятельности, а также предлагаются варианты организации игр на уроках истории, обществознания и права.

In the article business game as a means of meta-subject results is considered. Game is one of the effective methods of development of students' personal qualities, and has greater potential in formation of practical skills of the students. In the article modern approaches to organization, realization and estimation of game activity are analyzed, and variants of games organization at history lessons, social studies and law are suggested.

Ключевые слова: деловая игра, метапредметные результаты, игровая деятельность, метапредметный подход, игровые технологии.

Keywords: business game, meta-subject results, game activity, meta-subject approach, game technologies.

Одной из актуальных проблем современного мирового сообщества и Российской Федерации является повышение качества образования. Одним из важных направлений реализации современных российских образовательных стандартов является переосмысление образовательных результатов обучающихся. Приоритеты нового стандарта (ФГОС ООО) ориентированы не только на предметные результаты, но и на необходимость использования метапредметных и личностных результатов в различных предметных областях, в том числе на материале исторического образования.

Метапредметный подход в образовании был разработан с целью решения проблемы разрозненности, фрагментации, обособленности различных научных дисциплин и впоследствии учебных предметов. Метапредметные результаты применения образовательной программы должны отражать:

- способность самостоятельно определять цели образования;
- ставить и формулировать новые задачи в учебно-познавательной деятельности;
- развивать мотивы и интересы познавательной деятельности;
- умение делать обобщения;
- проводить аналогии, классифицировать;
- самостоятельно выбирать причины и критерии классификации;
- устанавливать причинно-следственные связи;
- строить логические рассуждения;
- делать выводы.

* Научный руководитель: **Воронкова Любовь Викторовна**, к.п.н., доцент; e-mail: pedagog57@mail.ru

Цель современного образования подразумевает не столько научение ребенка что-то делать, но и возможность успешно справляться с различными жизненными и профессиональными ситуациями. Научить учиться – это девиз стандартов нового поколения, что невозможно сделать при сохранении традиционных методов обучения, когда ученик исполняет роль послушного «винтика» в хорошо отлаженном механизме традиционного обучения.

Новый стандарт характеризуется введением системно-деятельностного подхода к обучению, где активная позиция обучающегося находится там, где он больше выступает в качестве инициатора, а не пассивного слушателя. Стандарты нового поколения акцентируют внимание не на знаниях, умениях и навыках, а на универсальных учебных действиях – способности учиться самостоятельно. Помощь школьникам в овладении способами самостоятельной работы актуализирует необходимость использования педагогами новых технологий, которые ориентированы на практическое обучение и формирование метапредметных компетенций.

Изменения в образовании подталкивают к применению современных подходов, форм и методов обучения. Необходимость их внедрения в учебный процесс обусловлена еще и тем, что количество детей с низкой познавательной активностью, навыками в сфере образовательной деятельности, негативной мотивацией к изучению дисциплин возрастает с каждым годом.

Отношение детей к учёбе с каждым годом становится всё более равнодушным, снижается интерес к получению новых знаний, что порождает равнодушие у педагогов, которые превращают урок в банальную подготовку к ЕГЭ. Поэтому необходимо начать поиск более эффективных форм и методов передачи метапредметных знаний и умений, которые способствовали бы активизации образовательной деятельности и формированию познавательного интереса.

Образовательный процесс становится более интересным, когда ученик – это полноправный участник процесса обучения, когда он видит цель своего образования, область применения полученных знаний, может реально оценить свою успеваемость. Учитель организует обучение таким образом, чтобы учебный процесс стал интересным и значимым как для учителя, так и для учеников. Это требует поиска новых подходов к образованию, которые должны основываться не на копировании готовых знаний, а на создании условий для творческой деятельности и самореализации учащихся. Активные методы группового обучения, в частности деловые игры, все чаще признаются в качестве методических инструментов для реализации этого подхода.

Игра как средство повышения мотивации к изучению предмета, повышения познавательной активности учащихся широко использовалась в педагогической практике в 80-х и 90-х годах XX века и в начале XXI века [1; 2; 4]. В настоящее время из-за того, что в образовательный процесс внедряются стандарты нового поколения учитель должен планировать конкретные результаты обучения, которые должны достигаться на каждом уроке. Поэтому в последнее время учителя стали уделять больше внимания организации познавательной деятельности с различными источниками, анализу учебных ситуаций, работе в парах и микрогруппах. На уроках всё реже используются игровые технологии. Это связано с тем, что учителям трудно соотнести результаты обучения на уроке с задачами, которые можно достичь с помощью игры. Педагогическое сообщество выработало отношение к игровым технологиям только как к средству повышения интереса и активизации учащихся, иногда как к форме «развлечения». Однако правильно построенная педагогическая игра не может потерять своей важности, так как применение игровых технологий позволяет достигать метапредметных результатов. И это именно то, что является одной из самых важных задач ФГОС.

Термин «игровые технологии» в образовании включает относительно большую группу методов и приемов организации педагогического процесса в виде различных педагогических игр. В отличие от других игр, педагогическая игра имеет четко определенные задачи в области обучения, развития и воспитания и соответствующие этим задачам результаты обучения. В целом преимущество педагогической игры на уроке заключается как в способности интегрировать в игру различные методы и формы воспитательной работы, так и в организации эффективного взаимодействия учеников во время урока. Использование игры помогает гармонично

сочетать эмоциональное и рациональное в обучении.

Первая деловая игра была разработана и проведена в СССР в 1932 году М.М. Бирштейн. В 1938 году деловые игры в СССР постигла участь многих научных областей, которые были запрещены. Последующее упоминание относится к 1960-м годам, после того, как первые деловые игры появились в Соединенных Штатах Америки. Деловая игра была создана как инструмент для поиска управленческих решений из-за неопределенности и многофакторного характера на предприятиях. В настоящее время они используются в учебном процессе школ и вузов в качестве педагогической технологии или в качестве одного из методов активного обучения, при реализации социально-психологического тренинга и на производстве для решения производственных, социальных и психологических проблем.

В литературе нет конкретного определения термина «деловая игра», но анализ его различных интерпретаций показывает, что во всех них зафиксирована главная особенность деловой игры – наличие ситуации или имитационной модели.

Деловая игра характеризуется эмоциональностью, вызывает у учащихся позитивный подход к уроку и, следовательно, к процессу обучения в целом, помогает активизировать учебную деятельность, стимулирует интеллектуальные процессы и, что наиболее важно, способствует формированию познавательного интереса к предмету.

Для деловой игры характерно наличие:

- имитационной модели деятельности;
- проблемной ситуации;
- ролей;
- конкретных ролевых и общих целей всей команды;
- взаимодействия участников, выступающих в определенной роли;
- логической цепочки решений.

Существует множество названий и разновидностей деловых игр, которые могут различаться по методологии и целям: дидактические и управленческие игры, ролевые игры, проблемно-ориентированные игры и т.д.

Деловые игры стимулируют умственную деятельность учащихся и являются одним из новых эффективных методов обучения.

Деловые игры не только способствуют тому, чтобы ученики стремились сами хорошо выполнять задания, но и привлекали к этому своих одноклассников.

Деловые игры, в отличие от других традиционных методов обучения, позволяют лучше воспроизводить практическую деятельность, выявлять проблемы и их причины, разрабатывать решения проблем, оценивать каждое решение проблемы, принимать решения и определять механизм его реализации.

Преимущество деловых игр заключается в том, что они позволяют: рассмотреть конкретную проблему в условиях ограниченного временного отрезка; овладеть навыками выявления, анализа и решения конкретных проблем; работать в группе при подготовке и принятии решений, ориентации в нестандартных ситуациях; сосредоточить внимание участников на основных аспектах проблемы и установить причинно-следственные связи; развивать взаимопонимание между участниками игры.

В качестве примера деловой игры можно использовать игру «Суд над...». Условием игры является организация судебного процесса над конкретными явлениями и событиями общественной жизни, которые происходят сейчас или были в прошлом, чаще всего они являются негативными. Данная игра применима как на уроке истории, так обществознания и права. В ходе игры между участниками распределяются определенные роли. Это могут как конкретные исторические личности, участвовавшие в тех событиях, так и постоянные участники судебного процесса: прокурор, судьи, эксперты, адвокаты, свидетели, присяжные и т.д. Эта форма игры способствует формированию восприятия целостной картины мира, которая соответствует современному уровню развития науки и социальной практики с учетом духовного, культурного и языкового разнообразия современного мира. При подготовке к «судебному заседанию» учащиеся учатся анализировать, сравнивать, систематизировать, синтезировать и

интерпретировать информацию, содержащуюся в готовых информационных объектах, что соответствует метапредметным результатам обучения.

Деловые игры помогают приблизить образовательную программу к реальной жизни. С помощью деловой игры учащиеся достигают развития наблюдательности, продуктивного мышления, творческих способностей, памяти, упорства, настойчивости, умения высказывать своё мнение и отстаивать его в споре, а также понимания и усвоения материала любого уровня сложности.

Таким образом, деловые игры позволяют достичь метапредметных результатов за короткий промежуток времени с помощью нескольких приёмов, на достижение которых при традиционных методах обучения уходит гораздо большее количество времени и усилий.

Список источников:

1. Алдошина М.И. Интерактивные диалоговые методы формирования этнокультурной компетентности студентов университета // Современное образование. – 2017. – №1. – С. 134-143.
2. Алдошина М.И. Современные проблемы науки и образования: Учебное пособие. – Орел: ООО «Горизонт», 2016. – 157 с.
3. Болтаева М.Л. Деловая игра в обучении // Молодой ученый. – 2012. – №2. – С. 252-254.
4. Воронкова Л.В. Развитие творческого потенциала обучающихся и их самореализации в условиях учреждения дополнительного образования детей (опыт работы муниципальной инновационной площадки) // Дополнительное образование – социокультурный институт самореализации детей и молодежи (к 100-летию системы дополнительного образования): Материалы Всероссийской научно-практической конференции (г. Орел, 27 сентября 2018 г.) / ред. кол.: Е.В. Махонин, Л.Н. Орлова, А.В. Михайлина, М.В. Мартынова. – Орёл: Орловский гос. ин-т культуры. – С. 187-190.
5. Педагогика: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Под ред. В.А. Сластенина. – М., 2002. С. – 228-229.
6. Федеральные государственные образовательные стандарты [Электронный ресурс]. – URL: <https://fgos.ru/> (дата обращения: 25.03.2020).
7. Демина Е.В., Рудакова О.А. Метапредметные интерактивные игры как средство практической реализации Федерального государственного образовательного стандарта [Электронный ресурс] // Интернет-журнал «Наукovedение». – 2015. – Том 7. – №3. – URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/153PVN315.pdf> (дата обращения: 27.03.2020).

Кобыченкова Е.В.**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КЕЙС-МЕТОДА НА УРОКЕ ОБЩЕСТВОЗНАНИЯ
КАК СРЕДСТВА СОЦИАЛИЗАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ****Kobychenkova E.V.****USE OF CASE-METHOD AT SOCIAL STUDIES LESSON
AS A MEANS OF STUDENTS SOCIALIZATION**

Кобыченкова Екатерина Вадимовна*; обучающаяся,
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет
имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орел, ул. Комсомоль-
ская, д. 95;
e-mail: ekobychenkova@mail.ru

Kobychenkova Ekaterina Vadimovna; Orel State University
named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel
302026, Russian Federation;
e-mail: ekobychenkova@mail.ru

*В статье представлено описание кейс-метода как сред-
ства обучения и средства социализации, его роль в системе
школьного образования на уровнях основного общего и сред-
него общего образования; доказана целесообразность его
применения в рамках изучения обществознания.*

*In the article the description of case-method as a training aid
and socialization means and its role in school education system
at the levels of the basic and general secondary education is pre-
sented and the expediency of its application in social studies
learning is substantiated.*

Ключевые слова: кейс-метод, кейс-стади, социализация,
механизмы социализации.

Keywords: case-method, case-study, socialization, socialization
mechanisms.

Метод кейсов (англ. Case method, кейс-метод, кейс-стади, case-study) – техника обуче-
ния, использующая описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций, ста-
новится активно используемой и практически востребованной образовательной технологией
не только в высшем образовании, но и в школьном. Его привлекательность объясняется при-
кладной направленностью и универсальностью. Обучающиеся должны проанализировать си-
туацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из
них. Кейсы базируются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной
ситуации. Кейс-метод называют еще «методом конкретных ситуаций».

История кейс-метода началась в 1924 году в Гарвардской школе бизнеса. Преподава-
тели провели интервью с опытными бизнесменами, затем проанализировали и систематизиро-
вали их ответы и зачитали ряд конкретных ситуаций слушателям курсов, чтобы в ходе коллек-
тивного обсуждения они пришли к верному решению. Изначально эта технология широко ис-
пользовалась только в бизнес-обучении западных школ, но с 90-х годов начала применяться в
России для обучения студентов, а затем и школьников. На сегодняшний день существуют две
школы кейс-стади классического образца: американская, зародившаяся в Гарварде, и европей-
ская, базирующаяся в Манчестере. Американская школа более конкретна, ее проекты всегда
содержат только одно верное решение, а европейская вариативна.

Системной единицей кейс-метода является кейс-стади. Кейс-стади – это конкретный
исследовательский проект, для которого отбирается либо единичный случай, либо несколько
сходных примеров социальной сущности. Кейс-стади основывается на типичных, девиантных
или же иллюстративных примерах, также могут быть использованы экстремальные или стра-
тегические случаи, естественные эксперименты.

Классификация кейсов может осуществляться по различным признакам, но наиболее
широкая из них разделяет кейсы по их сложности.

По сложности кейсы делятся на:

- иллюстративные: цель – обучение на конкретном примере определенному алгоритму
действий;

* Научный руководитель: **Воронкова Любовь Викторовна**, к.п.н., доцент; e-mail: pedagog57@mail.ru

- учебные: цель – кейс с четкой формулировкой проблемы, используется для диагностики ситуации и при принятии самостоятельного решения;
- прикладные: цель – поиск конкретных путей решения проблемы, описывается конкретная ситуация и ставится задача найти пути ее решения.

Система классификации кейсов очень широка, среди ученых нет единого мнения. В российской школе популярна классификация по целям и задачам обучения. Чаще педагоги прибегают к третьему типу, менее сложному и вариативному, который изначально дает ученикам практически все ответы.

Классификация кейсов по целям и задачам обучения:

1. обучающие анализу и оценке;
2. поиск путей решения проблемы, принятие самостоятельных решений;
3. иллюстрирующие проблему, решение, концепцию его принятия.

Кейс-метод очень удобен для использования в обучении на современном этапе развития образования. Основным требованием Федерального государственного образовательного стандарта является системно-деятельностный подход, предусматривающий не только усвоение обучающимися знаний по предмету, но и развитие личностных качеств обучающихся, отвечающих требованиям информационного общества, на основе УУД. Технология кейс-метода позволяет развить, прежде всего, коммуникативные и личностные УУД, т.к. предусматривает групповое взаимодействие, формулирование и высказывание собственной точки зрения, формирование отношения к актуальным проблемам современности, объяснение смысла своих оценок и суждений.

Основным источником для кейс-стади является общественная жизнь, из нее берутся сюжеты, проблематика, фактологическая база кейсов, затем идет образование, в которое кейс-стади интегрировано, соответственно, следует его целям и задачам, и наука, из которой берется методология аналитической деятельности и системного подхода. И все же основным источником остается общественная жизнь, что позволяет нам говорить о социальной значимости внедрения метода кейсов в образовательный процесс не только студентов, но и школьников разных возрастных категорий.

Каждый человек существует в социуме, соответственно, проходит процесс социализации, который очень важен для формирования здоровой, самостоятельной, уникальной личности. Чтобы лучше понимать взаимосвязь метода конкретных ситуаций с социальной жизнью личности, необходимо дать определение понятия «социализация», разобраться в ее этапах и механизмах.

Социализация – это процесс интеграции индивида в социальную систему, овладения социальными нормами и правилами, ценностями, знаниями и навыками, позволяющими ему успешно функционировать в обществе. Социализация включает в себя несколько этапов:

- адаптация – на этой стадии ребенок усваивает информацию, пытается подражать;
- индивидуализация – проявляется в подростковом возрасте, индивид начинает выделяться, критиковать общепринятые нормы;
- интеграция – поиск своего места в обществе с учетом индивидуальных личностных особенностей;
- трудовая стадия – период зрелости человека, воспроизводство социального опыта через профессиональную деятельность;
- послетрудовая стадия – пенсионный возраст, передача социального опыта новому поколению.

Исследование посвящено применению кейс-метода в школьном образовании, в частности на уровнях основного общего и среднего образования, поэтому для рассмотрения актуальна стадия индивидуализации и, в меньшей степени, интеграции. Традиционно механизмы социализации подразделяют на:

- традиционный – усвоение социальных норм, правил и ценностей, свойственных семье и ближайшему окружению индивида;
- институциональный – осуществляет процесс социализации в процессе взаимодей-

ствия с социальными институтами общества;

- стилизованный – действует в рамках субкультур;
- межличностный – функционирует в процессе взаимодействия индивида с субъективно значимыми для него личностями, осуществляется благодаря эмпатии и идентификации;
- рефлексивный – собственная оценка ценностей, норм и правил, свойственных обществу и отдельным его институтам.

Для последующего рассуждения понадобится обозначить алгоритм применения кейс-стади в рамках школьного образовательного процесса. Применяться он может как на уроках, так и во внеурочной деятельности. В целом методика кейс-стади схожа с проектной технологией обучения. Изначально нужно ознакомить учащихся с текстом кейса, затем провести его анализ, организовать дискуссию по основным проблемам кейса, дать возможность выступить учащимся, подготовившим презентации по этой проблематике, далее проводится оценка участников дискуссии, подведение ее итогов, включающее в себя оглашение верных путей решения. Завершается кейс-стади, как и любая другая методика, рефлексией, в ходе которой обсуждаются не столько предметные вопросы, сколько личные чувства и переживания учащихся на разных этапах решения заданной ситуации.

Проанализировав возможные механизмы социализации и сопоставив их с методикой кейс-стади, можно утверждать, что с помощью применения кейс-метода в школьном образовании реализуется большинство из них. Прежде всего, реализуется институциональный механизм, т.к. кейс-стади проводится в рамках урочной или внеурочной школьной деятельности, далее идет межличностный механизм, осуществляемый за счет личностного взаимодействия обучающихся между собой в рамках учебного коллектива и взаимодействия педагога с учениками, также мы можем говорить о реализации рефлексивного механизма.

Наиболее подходящей площадкой для реализации кейс-метода в рамках школьного образования является урок обществознания по нескольким основаниям.

Во-первых, основной задачей педагога на уроках обществознания считается не столько изучение теоретического материала, сколько применение знаний об обществе на практике, развитие и раскрытие личностных качеств учеников, необходимых для жизни в современном обществе, а именно это и является целью применения кейс-стади.

Во-вторых, обществознание – это межпредметная дисциплина, включающая в себя изучение множества наук (например, экономики, социологии, психологии, философии, политологии и т.д.), что позволяет педагогу использовать кейс-стади, основанные на любой из сфер общественной жизни. Федеральный государственный образовательный стандарт также может подтвердить данную позицию. Согласно ФГОС основного общего образования, предметными результатами изучения обществознания являются: «приобретение теоретических знаний и опыта применения полученных знаний и умений для определения собственной активной позиции в общественной жизни, для решения типичных задач в области социальных отношений, адекватных возрасту обучающихся, межличностных отношений, включая отношения между людьми различных национальностей и вероисповеданий, возрастов и социальных групп» и «освоение приемов работы с социально значимой информацией, ее осмысление; развитие способностей обучающихся делать необходимые выводы и давать обоснованные оценки социальным событиям и процессам». Исходя из специфики кейс-стади, можно сказать, что они обеспечивают практический опыт применения знаний для решения типичных социальных задач и дают учащимся возможность поработать с социально значимой информацией, дать оценку социальным событиям и процессам, т.к. все кейс-стади базируются исключительно на реальных ситуациях из истории или современности. Кроме того, в 2020 году в структуру ОГЭ по обществознанию было добавлено практическое задание, ориентированное на финансовую грамотность учеников, которое составлено по образцу кейс-стади, соответственно, педагогу необходимо вводить данную методику в работу с учащимися, т.к. это поможет им успешно сдать государственный экзамен.

Важной особенностью кейс-стади считается его сочетаемость с широкой базой методов обучения. Некоторые из них особенно часто используются на уроках обществознания, напри-

мер, такие методы, как:

- проблемный метод – представление проблемы, лежащей в основе ситуации;
- игровые методы – вариативны, позволяют представлять различные линии поведения героев ситуации;
- дискуссия – обмен мнениями о проблеме и путях ее решения.

Рассмотрим применение кейс-метода на примере конкретного урока в 9 классе по учебнику Л.Н. Боголюбова. Тема урока: «Право на труд. Трудовые правоотношения». В тексте параграфа дана теоретическая база, включающая в себя систему понятий, статьи из Конституции и Трудового кодекса РФ и их разбор. Особое внимание уделяется правам и обязанностям участников трудовых отношений, что особенно важно для обучающихся, ведь они должны понять, как им действовать, если они захотят устроиться на работу в дальнейшем. Но теория, не подкрепленная практическими знаниями, будет недостаточно эффективна, поэтому в системе заданий после параграфа содержится несколько практических заданий, направленных на отработку полученных знаний. Первое задание направлено на анализ предложенного текста, второе – на умение составлять сравнительные характеристики, а третье построено по методу кейс-стади. В нем описывается реальная ситуация, произошедшая с Гражданином N., и дано задание подумать, что стало причиной этой ситуации, какой выход он мог найти из нее. Это яркий пример кейс-стади, интегрированного в проблемный метод. Соответственно, можно говорить о том, что учебные пособия изначально подразумевают применение методики кейс-стади на уроках обществознания как средства социализации учащихся и практического применения полученных знаний.

Проведя анализ методики кейс-стади и ее взаимосвязи с механизмами социализации личности, можно с уверенностью сказать, что кейс-метод – одна из лучших методик, используемых педагогами на сегодняшний день и позволяющих обучающимся получить практический опыт и адаптироваться в современных общественных процессах.

Список источников:

1. Алдошина М.И. Интерактивные диалоговые методы формирования этнокультурной компетентности студентов университета // Современное образование. – 2017. – №1. – С. 134-143.
2. Алдошина М.И. Междисциплинарные образовательные проекты модернизации регионального педагогического образования // Психолого-педагогический поиск. – 2017. – №1 (41). – С. 90-96.
3. Воронкова Л.В. Сюжетно-ролевая игра как средство активизации познавательной деятельности учащихся сельской малокомплектной школы: дисс. ... канд. пед. наук: 13.00.01. – Орел, 1999. – 154 с.
4. Кирьякова А.В., Белоновская И.Д., Каргапольцева Д.С. Технология «кейс-стади» в компетентностно-ориентированном образовании: учебно-методическое пособие. – Оренбург: ОГУ, 2011. – 105 с.
5. Кравченко А.И. Краткий социологический словарь. – М.: Проспект, 2017. – 347 с.
6. Стрекалова Н.Д., Беляков В.Г. Разработка и применение учебных кейсов: практическое руководство. – СПб.: Отдел оперативной полиграфии НИУ ВШЭ – СанктПетербург, 2013. – 80 с.
7. Приказ Министерства образования и науки РФ от 17 декабря 2010 г. №1897 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования» (с изменениями и дополнениями).

Орехова Н.С.

ИНТЕРАКТИВНАЯ РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ КАК ДИДАКТИЧЕСКОЕ СРЕДСТВО ОБУЧЕНИЯ ИСТОРИИ

Orekhova N.S.

INTERACTIVE WORKBOOK AS A DIDACTIC TRAINING AID OF HISTORY

Орехова Наталья Сергеевна*; обучающаяся, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орел, ул. Комсомольская, д. 95; e-mail: nataliaorekhova_s@mail.ru

Orekhova Natalia Sergeevna; Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation; e-mail: nataliaorekhova_s@mail.ru

В статье представлены результаты исследования, а именно анализ содержания рабочих тетрадей по истории на печатной основе и интерактивной рабочей тетради, выявлены отличия и обосновано использование интерактивной рабочей тетради на уроке истории.

In the article the results of the research, namely the analysis of the content of printed workbooks on history and an interactive workbook are presented. Differences are revealed and use of interactive workbook at a history lesson is substantiated.

Ключевые слова: средство обучения, рабочая тетрадь, интерактивная рабочая тетрадь, урок истории.

Keywords: training aid, workbook, interactive workbook, history lesson.

В рамках современных образовательных условий меняется характер взаимодействия учителя и обучающихся.

Учитель на современном этапе развития школьного образования перестаёт быть транслятором готового знания и становится организатором познавательной деятельности обучающихся. Его главная цель – научить обучающихся учиться, то есть он должен научить их использовать основные способы действий для достижения наиболее качественного результата познавательной и иной деятельности. Поэтому учителю истории необходимо владеть содержанием предмета, современными образовательными технологиями и средствами обучения истории. Обучающийся, в свою очередь, становится субъектом процесса обучения. Данные требования к взаимодействию учителя и ученика отражены в Федеральных образовательных стандартах основного среднего и общего среднего образования. Следовательно, в условиях реализации стандартов образования особое внимание уделяется не только усвоению определенных знаний и практике умений, а значит, и средства обучения должны быть направлены на формирование основ умения учиться и способности к организации своей деятельности, взаимодействовать с педагогом и сверстниками в учебном процессе. Такими средствами являются интерактивные обучающие программы, электронные учебники, интерактивные рабочие тетради. Они необходимы на современном уроке истории для создания полноценной картины процесса развития человеческой цивилизации, для подготовки обучающихся к написанию Всероссийских проверочных работ по истории, сдаче ОГЭ, ЕГЭ.

Что же такое «интерактивная рабочая тетрадь»? Для начала необходимо дать определения понятий «интерактивное средство обучения», «рабочая тетрадь», «интерактивная рабочая тетрадь».

Интерактивное средство обучения – это средство, предполагающее взаимодействие, диалог, то есть активный обмен сообщениями между пользователем и информационной системой в режиме реального времени.

Создатели методических рекомендаций придерживаются следующего определения понятия «рабочая тетрадь» – это учебное пособие, имеющее особый дидактический аппарат, спо-

* Научный руководитель: **Воронкова Любовь Викторовна**, к.п.н., доцент; e-mail: pedagog57@mail.ru

собствующий самостоятельной работе учащегося над освоением учебного предмета. В частности, такое определение содержится в системе стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу [2]. Также можно добавить, что ресурсы рабочей тетради можно в целом использовать для активизации учебной деятельности обучающихся.

Интерактивная рабочая тетрадь – это электронное средство обучения, которое является самостоятельным источником учебной информации, а также может дополнять учебник истории. Оно содержит информацию самого разного рода: текстовые документы, web-сайты, видео- и аудиоматериалы, мультимедийные презентации. Также интерактивная рабочая тетрадь является одним из элементов электронной образовательной среды школы.

Цель использования данного интерактивного учебного пособия на уроках истории заключается в формировании предметных и метапредметных умений и достижении результатов образования в соответствии с требованиями ФГОС основного и среднего образования.

Правоммерно выделить методические задачи использования интерактивной рабочей тетради на уроке истории, а именно:

- способствовать развитию исторического мышления обучающихся;
- обеспечивать более прочное усвоение содержания исторического знания (факт-событие, факт-явление, факт-процесс, теория) и приобретение практических умений и навыков решения развивающих и творческих задач;
- обеспечить контроль за ходом процесса обучения/ изучения истории и за формированием предметных и метапредметных умений.

Современные учебно-методические комплексы по истории включают в себя учебник, хрестоматию или сборник документов, исторический атлас, рабочую тетрадь и сборник заданий, книгу для чтения [5]. Интерактивная рабочая тетрадь как универсальное дидактическое средство может быть использована на разных этапах урока истории в зависимости от темы урока, его места в образовательной программе, цели урока. Она может включать в себя такие элементы учебно-методического комплекса, как хрестоматию или сборник документов, исторический атлас, сборник заданий. При этом учебник истории остаётся самостоятельным средством обучения истории.

Ещё одним достоинством такого вида дидактического средства обучения истории является его открытость, мобильность и вариативность за счет комплекса учебных заданий разного типа и видов.

Для примера рассмотрим два варианта учебных заданий, направленных на формирование предметных и метапредметных умений обучающихся. Первый вариант учебных заданий по теме урок «Боги Древней Греции» опубликован в рабочей тетради для 5 класса по Истории Древнего мира под редакцией Г.И. Годер [6]:

Задание № 11. Напишите имена известных вам богов, которым поклонялись древние греки.	
_____	- бог грома и молний.
_____	- бог моря.
_____	- бог – властитель подземного царства мёртвых.
_____	- старшая из богинь, супруга главного бога.
_____	- богиня красоты и любви.
_____	- богиня – воительница.
_____	- бог – покровитель виноградарей и виноделов.
_____	- богиня плодородия и земледелия.
_____	- бог кузнечного дела.
_____	- бог – вестник богов.
_____	- низшие божества, населявшие леса, реки и горы.

Рисунок 1 – Пример учебного задания по Истории Древнего мира

Второй вариант интерактивных учебных заданий разработан учителем и представлен в интерактивной рабочей тетради для 5 класса по Истории Древнего мира по теме урок «Боги Древней Греции»:

Вариант 1:

Задание 1. Составьте схему «Боги Древней Греции», используя текст учебника.

Дополнительное задание: сопоставьте изображение бога на картинке с получившейся схемой.



(рис. 1. Боги и богини Древней Греции)

Вариант 2.

Задание 2. Перейдя по ссылке, ознакомьтесь с видеофайлом и составьте схему «Боги Древней Греции».

Ссылка на видеофайл: <https://www.youtube.com/watch?v=5urwMPfdKOE>

Вариант 3.

Задание 3. Перейдя по ссылкам, указанным ниже, ознакомьтесь с содержанием книг и выберите ту, которая поможет вам составить схему «Боги Древней Греции», свой выбор аргументируйте. Составьте схему по названной выше теме.

Книга А: <http://www.sno.pro1.ru/lib/kun/index.htm>

Книга Б: https://vk.com/doc83192827_178346864?hash=54e265dfabe80d7e8a&dl=2626d02e773e79c40a

Книга С: <http://xn---7sbb5adknde1cb0dyd.xnp1ai/%D0%B3%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BB%D0%B8%D0%B0%D0%B4%D0%B0/>

Рисунок 2 – Пример интерактивного учебного задания по Истории Древнего мира

Второй вариант использования интерактивной рабочей тетради дает учителю сразу несколько преимуществ по сравнению с рабочей тетрадью на печатной основе, а именно:

- оценивать выполнение заданий сразу, что экономит время на уроке и во время проверки задания;
- автоматизировать проверку выполнения заданий и выстроить объективную систему оценивания, а также видеть статистику итогов выполнения заданий по всему классу;
- повысить мотивацию учащихся к изучению истории и их вовлеченность в процесс познания;
- отслеживать эффективность их деятельности на уроке.

Сравнительный анализ использования рабочих тетрадей в процессе обучения истории в 5 классе по курсу «История Древнего мира» на печатной основе и интерактивных позволяет нам сделать следующие выводы:

1. Тетради на печатной основе с традиционными заданиями включают репродуктивные задания и задания преобразующего типа: описание рисунков и картин, работа с контурными картами, ответы на вопросы по тексту параграфа;

2. Интерактивная рабочая тетрадь – это дидактическое средство учителя, дополнительный инструмент, который делает обучение проще и удобнее. Она включает задания преобразующего типа (по фактическому материалу, по типам заданий, по видам деятельности, по использованию разных видов учебной информации: схемы, таблицы, карты, иллюстрации, текст); экономит время учителя на проверке выполнения учебных занятий. А также можно использовать интерактивную рабочую тетрадь для проверки и контроля знаний учащихся (на разных этапах прохождения отдельного учебного курса). Все задания проверяются автоматически, а результаты также автоматически попадают к учителю: без отсканированных копий, pdf-файлов; учитель видит, как обучающиеся усвоили учебный материал.

3. Рабочие тетради двух типов – на печатной основе и интерактивные – содержат недостаточное количество учебных заданий, направленных на формирующие универсальные учебные действия.

Данные выводы говорят о том, что учитель истории должен сам разрабатывать различные типы учебных занятий: проектировать содержание интерактивной рабочей тетради по истории; учитывать требования ФГОС основного и полного общего образования (личностные, метапредметные, предметные результаты образования), Историко-культурного стандарта, основной общеобразовательной программы по предмету основного и полного среднего образования; создавать электронное образовательное средство обучения – интерактивную рабочую тетрадь, которая является и средством для ученика. Интерактивная рабочая тетрадь – это его персонализированное творческое портфолио по предмету, содержащее всю необходимую учебную информацию за весь учебный год в интерактивной форме, которая оформлена определенным образом, поэтому к ней легко и удобно обращаться в случае необходимости, что позволяет быть успешным при изучении истории.

Список источников:

1. Концепция нового учебно-методического комплекса по истории России проект [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.kommersant.ru/docs/2013/standart.pdf> (дата обращения: 27.03.2020).
2. ГОСТ 7.60-2003. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Основные виды. Термины и определения [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200034382> (дата обращения: 27.03.2020).
3. Педагогика Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Под ред. В.А. Сластенина. – М.: Издательский центр «Академия», 2002. С. – 228-229.
4. Федеральные государственные образовательные стандарты [Электронный ресурс]. – URL: <https://fgos.ru/> (дата обращения: 27.03.2020).
5. Шапарина О.Н. Современный учебно-методический комплекс по отечественной истории: структура и содержание // Преподавание истории в школе. – 2018. – №5. – С. 5-18.
6. Годер Г.И. Всеобщая история. История Древнего мира. Рабочая тетрадь 5 класс: Учебное пособие для общеобразовательных организаций. – В двух частях. – Часть 2. – 5-е издание. – М.: Просвещение, 2017. – 80 с.

Путилина Ю.Ю.

ВЛИЯНИЕ СЕМЕЙНЫХ КОНФЛИКТОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТИ РЕБЕНКА

Putilina Ju.Yu.

INFLUENCE OF FAMILY CONFLICTS ON THE FORMATION OF CHILD'S PERSONALITY

*Путилина Юлия Юрьевна; старший преподаватель, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;
e-mail: kaf_his@ogiet.ru*

*Putilina Julia Yurievna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: kaf_his@ogiet.ru*

Актуальность данной темы обусловлена тем, что неграмотное отношение к семейным конфликтам приводит к возникновению психотравмирующих переживаний, сказывающихся на формировании личности ребенка. В статье рассматривается проблема влияния конфликтных взаимоотношений между супругами на формирование личности и последующую социализацию их детей. Говорится об уникальности семьи как фактора человеческих взаимоотношений. Уделяется внимание тому, что избежать конфликтов и споров при тесном взаимодействии невозможно. Подчеркивается важность института семьи для формирования личности ребенка. Показана прямая зависимость деструктивных взаимоотношений взрослых на обесценивание семейных и социально значимых ценностей в глазах ребенка. Сформулированы предложения по оптимизации семейных взаимоотношений. Сделаны выводы о необходимости и способах профилактики семейных конфликтов.

The urgency of the theme is stipulated by the fact that unskilled relation to family conflicts leads to occurrence of psycho-traumatizing experience affecting the child's personality formation. In the article, the problem of influence of conflict relations between spouses on the personality formation of their children and their subsequent socialization is considered. Besides, the uniqueness of the family as a factor of human relations is discussed, and the importance of family institution for child's personality formation is underlined. Direct dependence of destructive relations of the adults on depreciation of family and socially significant values in child's opinion is demonstrated. Advice on optimization of family relations is formulated, and conclusions on the necessity and the ways to prevent family conflicts are made.

Ключевые слова: семейный конфликт, формирование личности ребенка, конфликтные взаимоотношения, эмоциональная напряженность, психотравмирующие переживания.

Keywords: family conflict, child's personality formation, conflict relations, the emotional tension, psycho-traumatizing experience.

Семья – это фундамент для формирования личности. Являясь общественным институтом по своей сути, семья способствует индивидуальному усвоению ребенком социальных норм и культурных ценностей, она защищает ребенка, помогает формировать и удовлетворять свои потребности. Именно эмоциональная связь, ответственность и совместный быт создают атмосферу близости, чувства целостности, без которых невозможно нравственное развитие человека.

С традиционной точки зрения, семья – это союз, основанный на инстинктивных, эмоциональных привязанностях [1], объединение людей, основанное на браке и кровном родстве [2], связанное общностью быта и взаимной ответственностью [3]. Семья является тем институтом, в котором индивид учится социальной жизни, приобретает опыт повиновения и управления, гармоничной жизни с другими членами общества [4].

Другими словами, семья, подразумевающая тесные взаимоотношения её членов на протяжении многих лет, закладывает основы социального взаимодействия. Именно здесь формируются морально-нравственные ценности и принципы, рождается понятие социальной зрелости. Также к преимуществам семейного воспитания, по мнению Л.А. Шелег, можно отнести: эмоциональный климат, любовь и заботу, взаимопонимание и поддержку, определенную духовную связь и преемственность между поколениями, нравственное воспитание, сохранение и передачу семейных традиций [5].

Современные семьи очень отличаются друг от друга по составу, методам воспитания,

по типу детско-родительских отношений и т.д. В таком многообразии могут рождаться как благополучные, так и неблагополучные семьи. «Однако неблагополучная для ребенка семья не всегда будет таковой с точки зрения общественных норм и ценностей, – считает И.М. Буянов, – для одного ребенка условия в конкретной семье будут подходящими для его благоприятного развития, для другого условия той же самой семьи будут резко отличаться от нормальных. Именно поэтому необходимо рассматривать вопрос семейного благополучия через систему отношений «семья-ребенок» [6].

Достаточно остро в современном мире стоит вопрос о конфликтных отношениях в семье. Любые, даже самые благоприятные условия взаимоотношений между людьми рано или поздно приведут к противоречию. Конфликты в семье – явление неизбежное. Сколько существует понятие семья, столько и существуют конфликтные взаимодействия между ее членами. Конфликты пронизывают жизнь каждого человека. На это влияют как личностные психологические характеристики людей, так и бытовые трудности, которые возникают на протяжении жизни (сложности с трудоустройством, отсутствие отдельной жилплощади и т.д.). Не стоит забывать и о макрофакторах (кризисное состояние экономики страны, усиливающаяся социальная отчужденность и т.д.), все это может вносить разлад даже в самые позитивные союзы.

Конфликт может и должен быть важным источником развития и совершенствования процессов взаимодействия в семье. Однако чаще всего семейные отношения страдают от неумения разрешать конфликтные ситуации.

«Конфликтные супружеские союзы – это пары, у которых имеются постоянные зоны, где их интересы, потребности, намерения и желания приходят в столкновение, порождая отрицательный фон отношений», – считает ведущий советский специалист по семейным отношениям В.А. Сысенко [7, с. 11].

Жизнь внутри семьи, а именно связь между ребенком и родителями, взаимоотношения самих взрослых, играют огромную, основополагающую роль в формировании личности ребенка. И если в семье будут преобладать ложь, скандалы, конфликты, то это неизбежно будет отражаться на нервной деятельности ребенка. В таких условиях дети могут получать серьезные психологические травмы, которые будут неизбежно сопровождать их в дальнейшем жизни.

Конфликтные взаимоотношения в семье могут носить как открытую, так и скрытую для социума форму. Существует большое количество классификаций конфликтов, к нашей же теме будет подходить деление на конструктивные и деструктивные семейные конфликты. Конструктивные конфликты всегда приводят к прогрессу во взаимоотношениях, формируют новые взгляды, стимулируют появление новых традиций, изменяют течение семейной жизни к лучшему, более удобному для всех членов семьи направлению. Деструктивное конфликтное взаимодействие членов семьи будет приводить к разрушению любых форм сотрудничества и поддержки, выработанных за годы совместной жизни. Конфликтный деструктивизм в семье сопровождается отрицательными негативными эмоциями, желанием уничтожить или ослабить позиции друг друга. Очень часто во время эскалации конфликта один или оба члена семьи действуют в целях нападения или защиты при помощи дезадаптивного поведения. Это может выражаться в молчании, видимом безразличии, в пренебрежении чувствами другого и т.д. В ответ такое поведение провоцирует раздражительность, угнетает настроение, вызывает приступы ярости. Такая атмосфера для ребенка является непонятной и пугающей. Полностью или частично уничтожается гармония, которая несет положительную функцию в семье. В такой атмосфере формируются страхи, неудовлетворенность, беспокойство, тревога. Все это составляющие эмоциональной напряженности – психотравмирующего переживания.

«Психотравмирующее переживание – это состояние, воздействующее на личность в силу его выраженности (остроты), длительности, повторяемости. Психотравмирующими являются не любые сильные или потрясающие переживания, а лишь такие отрицательные переживания, которые могут быть причиной определенной клинической патологии» [8, с. 81].

Усугубляет ситуацию то, что родители чаще всего стараются не вмешивать ребенка в свои отношения. Темы, касающиеся конфликтных взаимоотношений, оказываются под запре-

том, это, в свою очередь, также формирует эмоциональную напряженность и травмирует неокрепшую психику ребенка.

Ребенок попадает в заложники конфронтации между значимыми для него людьми. Дети практически всегда полностью лишены возможности влиять на складывающуюся ситуацию открыто. К сожалению, в большинстве семей мнением ребенка относительно супружеских взаимоотношений никто не интересуется. Как следствие, эмоциональные расстройства, неврозы, которые проявляются в виде тиков, нарушения внимания, страхов, энуреза, нарушений в развитии речи. Постоянный дефицит любви, тепла и внимания формируют такие черты характера, как эгоизм, нетерпимость, мстительность. Неблагоприятный жизненный опыт обуславливает мышление и действия во взрослой жизни как социального института, нивелирует функции ролевых семейных отношений, уменьшая значимость каждого члена семьи, разрушает веру в семейные ценности и возможность создания крепкого и надежного брака.

Семья не единственная среда, где формируется личность ребенка, но именно внутренние отношения в семье являются главным социализирующим фактором. Даже очень грубые ошибки в воспитательном процессе, допущенные учителями, педагогами, соседями, дальними родственниками, не дают такой негативный результат, как непонимание родителей, неблагоприятно влияя деструктивный конфликт на настоящее и будущее их ребенка.

Стабилизировать внутренние отношения возможно за счет стремления к равным правам и удовлетворению потребностей каждого члена семьи. Гармонизация семейных отношений возможна за счет постоянного диалога и сотрудничества. Всегда нужно помнить о чувствах и эмоциях детей и учитывать их в разрешении конфликта. Необходимо, чтобы супруги воспринимали конфликт не как возникновение проблемы, а как инструмент разрешения противоречий, которые нужно решить с помощью переговоров. В противном случае это станет фактором, который крайне неблагоприятно скажется на формировании жизненных позиций и характере их ребенка. Для формирования конструктивных (положительных) установок необходима помощь профессионалов.

Поэтому очень важным для нашего государства должна быть разработка системы, помогающей предупреждать и разрешать семейные конфликты. Необходимо сделать доступной в каждом центре планирования семьи, в женских консультациях, в центрах предоставления социальных услуг и т.д. профессиональную помощь психологов и конфликтологов. Основной задачей этих специалистов должна быть минимизация деструктивного влияния семейных конфликтов на личность ребенка, научение всех членов семьи правильным конструктивным способам разрешения конфликтов, повышение коммуникативных навыков и формирование установки на гармонизацию детско-родительских отношений.

Список источников:

1. Черняк Е.М. Трансформация семьи в двадцать первом веке // Семья в России. – 2008. – №4. – С. 4-6.
2. Сухомлинский В.А. Избранные педагогические сочинения: в 3 т. – Т. 1. – М.: Педагогика, 1979. – 560 с.
3. Целуйко В.М. Современная семья: социально-психологические и этические проблемы. – Волгоград: Волгогр. ин-т молодёжной политики и социальной работы, 2001. – 235 с.
4. Шнейдер Л.Б. Семейная психология: учеб. пособие. – М.: Академический Проект; Киров: Константа, 2011. – 736 с.
5. Шелег Л.А. Неблагополучная семья как объект социально-педагогической деятельности. // Тезисы Второй Всероссийской научной конференции «Психологические проблемы современной российской семьи» (25-27 октября 2005 г.). В 3 ч. Ч. 3 / Под общ. ред. д-ра психол. наук В.К. Шабельникова и канд. психол. наук А.Г. Лидерса. – Обнинск: ОАО Фабрика офсетной печати, 2005.
6. Буянов М.И. Ребенок из неблагополучной семьи: Записки детского психиатра: Кн. для учителей и родителей. – М.: Просвещение, 1988. – 207 с.
7. Сысенко В.А. Супружеские конфликты. – М.: Мысль, 1989. – 173 с.
8. Торохтий В.С., Прохорова О.Г. Психологическое здоровье семьи. – СПб.: КАРО, 2009. – 159 с.

В данном разделе опубликованы работы победителей конкурса научных работ, обучающихся «Наука будущего», проводившегося по итогам IX Международной научно-практической конференции учащихся, студентов, магистрантов, аспирантов «Образование и наука без границ: конвергенция социально-гуманитарных и естественно-технических наук», проходившей в ФБГОУ ВО «ОрелГУЭТ» 22 апреля 2020 г.

УДК 658.8:004.785

Дериволкова А.П.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК МОЩНЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ

Derivolkova A.P.

SOCIAL NETWORKS AS A POWERFUL MARKETING TOOL

*Дериволкова Алина Петровна**; обучающаяся, ФБГОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: derivolkova97@mail.ru

Derivolkova Alina Petrovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: derivolkova97@mail.ru

Использование различных инструментов социального продвижения в интернете не просто позволяет эффективно наладить коммуникацию с потенциальными и реальными потребителями товаров и услуг, но и решает ряд других, не менее важных задач: «раскручивает» бренд, формирует лояльность у целевой аудитории, помогает «отстроиться» от конкурентов, увеличивает объем продаж и т.д. Ведь информация в социальных сетях распространяется с невероятной скоростью, и нет более подходящей и эффективной рекламы, чем реклама в сетях.

Use of various tools of social advancement on the Internet does not simply allow to adjust communications with potential and real consumers of the goods and services effectively, but also solves a number of other, not less important, problems: promotes a brand, forms loyalty of the target audience, helps to separate from competitors, increases sales volume, and etc. After all, the information in social networks extends with improbable speed, and there is no more suitable and effective advertising than advertising in networks.

Ключевые слова: маркетинг, социальные сети, интернет, коммерческие сети.

Keywords: marketing, social networks, the Internet, commercial networks.

Социальные сети с каждым днем все больше охватывают сферы нашего существования. Десятки тысяч социальных сетей предоставляют пользователям возможность следить за мировыми новостями, обмениваться фотографиями, видео и музыкой, не говоря уже о функции безграничного общения. Гигантские сети, такие как Facebook, Instagram, Twitter, VKontakte, собирают сотни миллионов пользователей каждый день на своих платформах. Оценивая ситуацию в целом, можно утверждать, что аудитория социальных сетей составляет около миллиарда пользователей.

Социальные сети стали неотъемлемой частью жизни пользователей – в среднем один пользователь просматривает около ста страниц в день. На текущий момент аудитория российского интернета составляет более 61,2 млн человек, из которых 46% предпочитают проводить время в социальных медиа.

В настоящее время стратегия продвижения компании немыслима без маркетинга в социальных сетях. В основном все СМИ, компании стремятся открыть свое представительство в интернете. Социальные сети являются платформой для развития продукта, которая при правильном подходе демонстрирует весьма неплохие результаты. Компания, которая не включает SMM в планы по продвижению и раскрутке, упускает возможность привлечь целевую ауди-

* Научный руководитель: *Скворцова Наталия Александровна*, к.э.н., доцент; e-mail: skv-09@mail.ru

торию, узнать ее потребности и заявить о себе среди многочисленных пользователей социальных сетей [1].

Согласно статистике, 89% пользователей интернета ежедневно посещают социальные сети, обмениваются информацией и мнениями о товарах, компаниях, услугах, делятся своими мыслями и впечатлениями. В результате даже один пользователь сетевого сообщества может повлиять на репутацию многомиллионной компании, высказав положительный или отрицательный отзыв [8, с. 144]. В конце концов, 78% пользователей социальных сетей больше доверяют онлайн-мнению, а не официальной информации.

Социальные сети являются посредниками в общении с клиентами, а не просто местом для организации следующей рекламной кампании. Это означает, что социальные сети должны быть частью маркетингового плана компании, а не галереей рекламы. Рекламные компании в социальных сетях также должны устанавливать индивидуальные цели. Как и большинство маркетинговых планов, использование каналов социальных сетей должно быть тщательно продумано и спланировано, чтобы достичь желаемого результата.

Социальные сети продолжают обрывать новыми функциями для продвижения бизнеса. Они стали мощным инструментом маркетинга. Было обнаружено, что две трети всех бизнес-пользователей используют социальные сети.

До недавнего времени они в основном использовались по личным причинам, и бизнес скептически относился к их применению. Однако в настоящее время они превращаются в «коммерческие сети» для современных мыслящих людей, потому что возможности, которые они предоставляют, не являются незначительными.

Сегодня такие геолокационные сети, как Foursquare, становятся все более популярными. А именно, услуги, показывающие местоположение пользователя, будут все чаще использоваться маркетинговыми и PR-кампаниями. Благодаря функции геолокации бренды могут выделять потенциальных пользователей в контексте времени и места и более эффективно влиять на пользовательские предпочтения. В Foursquare стандартными элементами взаимодействия с аудиторией являются рекомендации, обзоры, купоны, программы лояльности, скидки и многое другое.

Благодаря их использованию потребители имеют возможность связываться с любимыми брендами. Канал, значение которого еще предстоит усовершенствовать, станет фактором маркетинговых коммуникаций, так как преимущества социальных сетей многочисленны и разнообразны.

Этому также способствует бизнес, который начинает уделять все больше внимания и ресурсов интернет-маркетингу, что обусловлено огромным потенциалом и выгодами социальных сетей, которые бизнес все чаще хочет использовать.

Некоторые из этих преимуществ:

- продвижение бренда и товаров / услуг, предлагаемых им;
- увеличение веб-трафика;
- улучшена оптимизация в Google и других поисковых системах (SEO);
- повышение лояльности потребителей;
- успешный запуск новых продуктов [11, с. 87].

Маркетинг в социальных сетях поможет продвигать бренд, его продукты и услуги, улучшая их присутствие в интернете. Недавние исследования показали, что 48% маркетологов делают публикации в социальных сетях для увеличения веб-трафика и продвижения брендинга. Публикуя информацию о бренде, потребители имеют возможность познакомиться с ним.

Более того, если пользователям нравится публикация бренда и предлагаемые ими продукты или услуги, они могут предложить их своим родственникам, друзьям и знакомым. Это улучшает понимание бренда, а также его продуктов / услуг.

Участие пользователей, обмен мнениями, рекомендации и любые другие публикации в социальных сетях обычно содержат веб-ссылки. Если название компании упоминается в общении, а публикация имеет ссылку на сайт компании, она увеличивает веб-трафик на веб-сайт своей компании и повышает его популярность в интернете [9, с. 76].

Как уже ранее упоминалось, когда компания и / или ее продукты обсуждаются в интернете, содержание текста обычно сопровождается ссылкой на его веб-страницу. Чем качественнее ссылки на текст, тем больше аудитория, что играет большую роль для бизнеса. Количество «выигрывающих» потребителей, которых привлекает бренд, важно для роста и прибыли компании. Не менее важна лояльность клиентов. Более того, повышение лояльности клиентов к бренду должно стать главной целью для каждого менеджера в условиях все более конкурентной среды.

Лояльные клиенты являются клиентами компании не потому, что им негде купить этот или похожий продукт/услугу, а потому, что они довольны отношением к ним. Основная причина, по которой клиент по-прежнему интересуется компанией, – это не только рекламные акции и скидки, но и доверие между розничным продавцом и клиентом. Это доверительное отношение можно создать и поддерживать через социальные сети [8, с. 144].

Создание отношений доверия и уважения является чрезвычайно важной предпосылкой для установления прочных партнерских отношений с клиентами и абсолютно необходимым условием успешного бизнеса. Доверие само по себе может быть создано, если компания честна со своими клиентами, предоставляя им полезную информацию и имея личный подход к ним.

Применение различных инструментов социального продвижения в интернете не просто позволяет эффективно наладить общение с потенциальными и реальными потребителями товаров и услуг, но и решает ряд других, не менее важных задач:

- «раскручивает» бренд;
- формирует лояльность у целевой аудитории;
- помогает «отстроиться» от конкурентов;
- увеличивает объем продаж и т.д.

Ведь информация в социальных сетях распространяется с невероятной скоростью, и нет более подходящей и эффективной рекламы, чем реклама в сетях, которые очень популярны на сегодняшний день (рисунок 1).



Рисунок1 – SMM-маркетинг в социальных медиа

Необходимо добавить, что результат работы в социальных сетях может нести различные последствия для компании из-за некомпетентности и нескоординированных действий сотрудников, что в итоге может нанести вред имиджу компании. Поэтому ключевым фактором успеха продвижения в социальных медиа является определенно выработанная стратегия и тактика работы, профессионализм сотрудников [5].

Социальные сети предоставляют уникальную возможность изучить потребности и желания определенной группы людей, разделяющих общие интересы. Это может быть очень ценным для маркетологов, которые через эти опросы получают важную информацию о потребительских предпочтениях и, следовательно, смогут производить продукты, которые понравятся определенной группе людей – их целевой аудитории. Данная группа людей может не только участвовать в процессе разработки продукта, но и управлять им. Это, в свою очередь, повысит лояльность потребителей и обеспечит успех запуска нового продукта на рынок [12, с. 167].

Преимущества качественного SMM.

Лояльная аудитория. Люди, которые подписались на вашу страницу в социальных сетях, – одна из самых лояльных категорий клиентов. Больше подписчиков – больше лояльных пользователей.

Собственная площадка. В своих группах можно экспериментировать с товарами и контентом, проводить опросы, стимулировать покупки. В общем, напрямую общаться с аудиторией. И все это – бесплатно.

Гарантия качества. Если у вашей страницы много подписчиков, то она одним фактом своего существования повышает доверие к бренду. Срабатывает стадный инстинкт.

Появление и продвижение социальных сетей коренным образом изменило не только процесс коммуникации, но и бизнес-процессы. Социальные сети являются важным средством маркетингового общения в секторе заседаний, использование которого влияет на успех и процветание компании в целом [10, с. 77].

Итак, почему SMM – это важно?

Во-первых, SMM – это возможность войти в более доверительные отношения с потенциальными клиентами. В социальных сетях люди общаются с друзьями и родственниками, выкладывают туда фотографии детей и котиков, обсуждают игру сборной России по футболу. Это личное пространство, поэтому там пользователи лояльнее относятся к рекламе. Разумеется, если она аккуратно встраивается в общую экосистему, а не нагло расталкивает все остальное.

Во-вторых, в социальных сетях велика вероятность, что вас заметят, потому что люди проводят там много времени. Согласно исследованиям, в среднем от 2 до 4 часов ежедневно. Соответственно, люди, которые подписались на ваши аккаунты, регулярно будут получать брендированный контент. Если он качественный, то у них сформируется лояльность и доверие к компании, которая его производит.

В-третьих, собственные сообщества в социальных сетях – это отличный бесплатный способ привлечения пользователей на ваш сайт.

Сколько времени россияне проводят в социальных сетях, рассмотрим на рисунке 2.

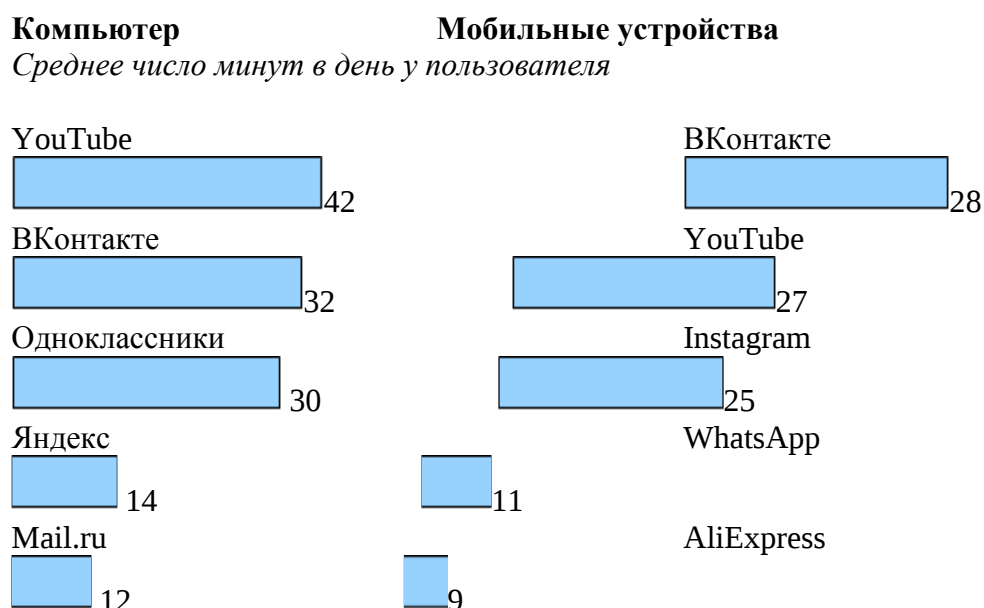


Рисунок 2 – Анализ времени, проведенного в социальных сетях за март 2020 г.

В заключение можно сказать, что социальные медиа начинают медленно, но верно пробивать себе дорогу, становясь более современным маркетинговым инструментом. Выгоды многочисленны, а ограничения при использовании маркетинговых целей устанавливаются только человеческим воображением. Все это делает социальные сети чрезвычайно предпочтительным дополнением к рекламной сфере.

Список источников:

1. Алдарова И.К. Социальные сети как инструмент современного маркетинга // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2018. – №2 (7). – С. 6-10.
2. Белоусова С.Н. Маркетинг: учебное пособие по специальностям экономики и управления. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2017. – 381 с.
3. Еремин В.Н. Маркетинг. Основы и маркетинг информации: учебник. – М.: КноРУс, 2014. – 648 с.
4. Мельникова Н.А. Медиапланирование: стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний. – М.: Дашков и К, 2009. – 177 с.
5. Печерица Е.В., Чернов Д.С. Социальные сети как способ продвижения гостиничных услуг // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2018. – №3 (33). – С. 93-99.
6. Сковрцова Н.А. Управление инвестиционными процессами в региональной экономике // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2008. – №9 (91). – С. 101-106.
7. Сковрцова Н.А. Роль маркетинга, как инструмента повышения эффективности решения проблем // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2011. – №1 (3). – С. 200-205.
8. Сковрцова Н.А. Marketing planning компании в парадигме управления бизнесом // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2018. – №10. – С. 141-145.
9. Сковрцова Н.А., Сотникова Е.А., Лебедева О.А. Влияние информационных технологий на развитие бизнеса // Теоретическая и прикладная экономика. – 2018. – №1. – С. 42-50. – DOI: 10.25136/2409-8647.2018.1.25189.
10. Сковрцова Н.А., Макарова Т.Н. Особенности компетентностного подхода, как ведущего компонента системы управления маркетингом на предприятии // Вестник ОрелГИЭТ. – 2019. – №4 (50). – С. 75-81. – DOI: 10.36683/2076-5347-2019-4-50-94-99.
11. Теренина К.И. Особенности продвижения товара через социальные платформы // Евразийский Союз Ученых. – 2019. – №9-1 (18). – С. 85-87.
12. Шаляпина Н.М. Маркетинг: учеб. пособие для студ. вузов региона. – Владивосток: Дальрыбвтуз, 2018. – 263 с.

Косач Е.В.

**АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК И ИСТОРИЯ:
ИНТЕГРАТИВНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ИЗУЧЕНИЯ**

Kosach E.V.

ENGLISH AND HISTORY: INTEGRATIVE POSSIBILITIES OF STUDY

*Косач Елена Владимировна**; обучающаяся, ФГБОУ ВО «Алтайский государственный педагогический университет»; РФ, 656031, Алтайский край, г. Барнаул, ул. Молодежная, д. 55;
e-mail: e.altspu@yandex.ru

Kosach Elena Vladimirovna; Altai State Pedagogical University; 55 Molodezhnaya street, Barnaul, Altai Territory 656031, Russian Federation;
e-mail: e.altspu@yandex.ru

В данной статье обосновывается актуальность интегративного подхода в образовательном процессе. Дана общая характеристика интегрированных уроков истории и английского языка, а также выделены особенности подготовки к их проведению.

In the article, the urgency integrative approach in educational process is substantiated. The general characteristic of integrated lessons of history and English is given, and the preparation features of their conducting are singled out.

Ключевые слова: интегративный подход, образовательный процесс, история, английский язык.

Keywords: integrative approach, educational process, history, English.

В настоящее время в образовании происходят изменения: оно становится ориентированным на вхождение в мировое образовательное пространство. Это не случайно, поскольку система образования должна отвечать новым требованиям общества. В этой связи актуальны вопросы методики обучения. Практика свидетельствует, что учитель обучает лишь своему предмету, изолированно от всех других. Но у данного подхода есть существенный недостаток: он формирует фрагментарные знания, а не целостные, которыми должны овладеть учащиеся. В связи с этим встает вопрос о необходимости разработки и апробации новых подходов в обучении. Учеными подтверждена необходимость создания фундаментальных педагогических структур, задачей которых будет формирование целостных представлений и мировоззрения обучающихся. Интегративный подход и межпредметные связи представляются в этой связи наиболее продуктивными и эффективными.

А.А. Католиков дает следующую классификацию интегрирования:

- горизонтальная (объединение сходного материала в разных учебных предметах);
- вертикальная (объединение одним учителем в своем предмете материала, который тематически повторяется в разные годы обучения, на разном уровне сложности) [5, с. 484].

Когда мы говорим об интегрированных уроках, то речь идет о вертикальном интегрировании. Использование межпредметных связей подразумевает горизонтальное интегрирование.

О.И. Мальчина выделяет следующие виды интегрирования:

- спецкурсы, в которых объединяются несколько предметов;
- блокирование разных разделов;
- изучение одной темы на основе двух или нескольких предметов;
- курс, объединяющий знания на основе обобщенных операций мышления [5, с. 484].

Следует понимать, что интеграция не сводится только к объединению содержания учебных предметов, так как обучение не может заключаться лишь в передаче информации, а обучение как целенаправленный, искусственно организованный процесс является лишь частью жизни ребенка. На наш взгляд, интеграция вбирает в себя не только содержание учебных предметов, и не только все прочие компоненты процесса обучения, и даже не только образо-

* Научный руководитель: *Головеева Лариса Юрьевна*, к.п.н., доцент; e-mail: goloveevalu@mail.ru

вательный процесс. Интеграции подлежат все уровни и все плоскости образования и жизнедеятельности человека [2, с. 78].

Межпредметные связи в историческом образовании представлены в следующем виде.

1. Содержательно-информационный вид. Группируются в зависимости от видов знаний, установления взаимосвязей учебных курсов по содержательным аспектам (между явлениями, событиями, фактами).

2. Организационно-методический вид. Представляют собой проведение взаимосогласованных форм учебной работы.

3. Операционно-деятельностный вид. Подразумевает установление преемственности в формировании умений и навыков деятельности [3, с. 155].

Межпредметные связи могут устанавливаться путем реализации методических приемов, которые результативно используются при изучении разных учебных курсов. Например, проведение деловых, дидактических игр, использование интерактивных технологий в обучении детей, можно «объединять» процесс рассмотрения тем разных курсов.

Наблюдение на уроках позволяет утверждать, что педагоги при установлении межпредметных связей ограничиваются фразами «из курса обществознания вам уже известно...», «по истории вы уже изучали...», «переведите название темы урока на английский язык...» В большинстве случаев в практике преподавания отсутствуют вопросы, требующие одновременного применения знаний из разных курсов, задания межпредметного характера, разносторонний анализ какого-либо явления или их многомерное рассмотрение. Интеграция, в отличие от межпредметных связей, требует более тщательной подготовки, более глубокого анализа содержания дисциплин, а значит, и больших временных затрат.

В настоящее время обучение иностранным языкам рассматривается как одно из приоритетных направлений модернизации школьного образования. К выпускникам школы предъявляются требования, в которых значится умение изъясняться на иностранном языке, иметь определенный лексический запас. Возможно, в будущем экзамен по иностранному языку будет обязательным для выпускников школ.

В настоящее время иностранный язык все больше рассматривается как интегрированная дисциплина, которая вносит существенный вклад в формирование профессионально значимых навыков обучаемых и в раскрытие их творческого потенциала, повышение культуры общения. Английский язык открыт для связи с другими предметами. Изучение иностранного языка невозможно без знакомства с историей, традициями, культурой страны изучаемого языка. Это условие позволяет учителю истории и английского языка осуществлять планирование уроков в непосредственном их сочетании. Уроки истории способствуют знакомству школьников с историческим материалом, а английский язык способствует овладению практическими языковыми умениями и навыками.

Первым условием организации уроков английского языка и истории является тщательная подготовка учителя к интегрированным урокам. При отборе учебного материала преподаватель опирается на следующие критерии: аутентичность, мотивационно-познавательная ценность, наглядность, доступность, актуальность, коммуникативная ценность [4, с. 117-118].

Вторым условием является опора на принципы системно-деятельностного подхода, основанного на уважении личности ученика и внимании к его внутреннему миру. В рамках данного подхода учащиеся являются субъектами процесса обучения, активно добывающими необходимую информацию, конструирующие вариативные способы действий. Важно обеспечить психологический комфорт на каждом уроке. Для избегания стрессовых ситуаций важно индивидуализировать обучение. Например, индивидуализация обучения может выражаться в самостоятельном выборе и использовании в собственной речи тех лексических единиц, в том числе речевых клише, которые отражают опыт ученика, его личное отношение к рассматриваемому событию, ситуации.

Третьим условием является соблюдение структуры урока, освоение всех компонентов учебной деятельности: познавательные и учебные мотивы; учебная цель; учебная задача; учебные действия и операции. В результате это ведет к формированию способности самосто-

ательно успешно усваивать новые знания, овладевать умениями, включая самостоятельную организацию процесса усвоения, т.е. умение учиться, что существенно повышает эффективность освоения учащимися предметных знаний, умений.

Следующим, четвертым, условием организации является выбор и использование различных методов, приемов и средств организации деятельности учащихся, педагогических технологий, а также форм организации коммуникативного общения в парах, группах. Интегрируя предметы «История» и «Английский язык», можно отметить тот факт, что преимуществом преподавания в заданном контексте выступает выполнение заданий творческого типа, предполагающих развитие языковых и коммуникативных навыков, культурологических компетенций [1, с. 60]. Поэтому необходимо учитывать этот факт при отборе материалов к уроку.

На уроках необходимо создать условия для развития индивидуальных способностей учащихся в процессе их коллективного взаимодействия, помогающего создать атмосферу сотрудничества и взаимопонимания. Это способствует развитию самостоятельности, умения работать в паре, умения быть членом группы, команды при решении учебных и познавательных задач (табл. 1).

Таблица 1 – Содержание этапов подготовки к интегрированному уроку

Этапы подготовки	Содержание
1. Аналитический этап	Проводится сравнительный анализ программ, учебников, рабочих тетрадей и пособий по истории и английскому языку. Определение темы, возрастной категории, класса
2. Подготовительный этап	Консультация с учителем английского языка или истории. Определение с количеством интегрированных уроков, их тематикой и сроками проведения. Конструирование содержания урока (формулируются цели и задачи урока, разрабатывается композиция урока). Подбор материалов учителем истории и английского языка (отбор осуществляется исходя из его коммуникативной ценности, воспитательной значимости). Разработка технологической карты урока. Расстановка приоритетов в содержании интегрированного урока: необходимо определить, что считать первостепенным, а что -второстепенным, поскольку в нем перекликаются между собой материалы из разных областей знаний. Осуществляется корректировка (при необходимости)
3. Предварительный этап	Беседа с учащимися о предстоящем уроке; эмоциональный настрой. Домашнее задание для подготовки к уроку

Изучение английского языка параллельно с историей имеет свои преимущества. Уроки способствуют снятию утомляемости, перенапряжения учащихся за счет переключения на разнообразные виды деятельности в процессе обучения. Кроме того, способствуют повышению познавательного интереса к истории и английскому языку. Как правило, обучающиеся заинтересованы в организации интегрированных уроков. Опыт проведения свидетельствует о том, что на интегрированных уроках истории и английского со стороны учащихся проявлялась высокая активность, наблюдалась заинтересованность учащихся в изучении материала, учащиеся активно вспоминали материал прошлого урока, высказывали свои мнения по изучаемой теме, выполняли задания, помогали друг другу при возникновении затруднений. Уроки проходили в атмосфере оживлённости, активности. На них царила атмосфера творчества. Уроки способствовали глубокому погружению в историю иноязычного мира и использованию различных форм сотрудничества, коммуникативных моделей.

Не вызывает сомнений тот факт, что учителя регулируют свою педагогическую деятельность с другими учителями. Но не все педагоги имеют представление об общих темах, которые изучаются на других уроках. Это связано с объективными причинами: нехватка времени, загруженность, отсутствие готовых методических разработок. При этом учителя под-

черкивают значимость интегрированных уроков. Для учителей интегрированные уроки – точка профессионального роста. Уроки побуждают взаимодействовать с коллегами, находить общие точки соприкосновения, казалось бы, на первый взгляд, не связанных между собой дисциплин, кроме того, мотивируют педагога искать новые, нетрадиционные формы, методы, средства обучения.

Таким образом, в настоящее время возрастает потребность в поиске новых приемов, средств, методов обучения иностранному языку и истории. Поэтому интеграция представляет собой привлекательную форму. Интегрированные уроки истории и английского языка содержат в себе большой познавательный, коммуникативный потенциал. Коммуникативная направленность проявляется в постановке целей, отборе содержания, поиске эффективных приемов, методов, средств, технологий обучения и в организации деятельности на уроке. Работа по овладению языковыми средствами, получению исторических знаний связана с использованием речевых действий в разных формах работы (индивидуальная, парная, групповая, коллективная). Они представляют собой способы подготовки к реальному общению и социализации в обществе.

Список источников:

1. Афанасьева Т.Н., Богачева В.Г. Применение активных методов обучения на уроках интегрированного типа как средство активизации познавательной деятельности // Вестник БелИРО. – 2020. – Т. 7. – №1 (15). – С. 58-67.
2. Головеева Л.Ю. Условия реализации интегративного подхода в образовании // Мир науки, культуры, образования. – 2007. – № 4 (7). – С. 78.
3. Кропанева Е.М. Теория и методика обучения праву: Учеб. пособие. – Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф. - пед. ун-та, 2010. – С. 155.
4. Кусова М.Л., Пыркова Т.А. Театрализация как интегрированная педагогическая технология обучения иностранному языку в неязыковом вузе // Педагогическое образование в России. – 2016. – №2. – С. 115-120.
5. Ятайкина А.А. Об интегрированном подходе в обучении // Педагогический университетский вестник Алтай. – 2002. – №2. – С. 483-490.

Ластовка Е.Ю.

ВИЗУАЛЬНОЕ СРАВНЕНИЕ В РУССКОЯЗЫЧНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ

Lastovka E.Yu.

VISUAL COMPARISON IN RUSSIAN-SPEAKING POLITICAL ADVERTISING

*Ластовка Елена Юрьевна**; обучающаяся, ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»; РФ, 650000, г. Кемерово, ул. Красная, д. 6; e-mail: lastovka.elena.2000@gmail.com

Lastovka Elena Yurievna; Kemerovo State University; 6 Krasnaya Street, Kemerovo 650000, Russian Federation; e-mail: lastovka.elena.2000@gmail.com

Визуальное сравнение в текстах русскоязычной политической интернет-рекламы рассматривается как идеологическое средство воздействия на глобального реципиента. Визуальное сравнение имеет характер сопоставления или противопоставления и эффективно используется в политической рекламе по сравнению с другими визуальными стилистическими средствами.

Visual comparison in the texts of Russian-speaking political Internet advertising is considered as an ideological lever for the global recipient. Visual comparison has character of comparison or opposition and is effectively used in political advertising in comparison with other visual stylistic means.

Ключевые слова: политическая реклама, визуальное сравнение. *Keywords: political advertising, visual comparison.*

Понимание того, что «глобальный мир, мир постсовременности, ориентируется на визуальный способ представления информации», в лингвистической науке способствовало изучению понятия визуальности [1, с. 40]. В теории визуальной коммуникации визуальные стилистические средства рассматриваются как средства манипуляции. В.А. Каменева, Н.В. Рабкина на материале коммерческой и социальной рекламы показали, что «скрытый характер суггестивного воздействия, которое средства визуальной стилистики оказывают на реципиента, является мощным манипулятивным ресурсом и инструментом, позволяющим вызывать заданные ассоциации и оценочные суждения, продуцируя более эффективную рекламу» [3, с. 102].

Понятие «визуальное сравнение» признается многими современными лингвистами. Как и визуальная метафора, визуальное сравнение является эффективным средством воздействия на глобального адресата по сравнению с другими визуальными стилистическими средствами, а именно: визуальной аллюзией, визуальной синекдой, визуальной гиперболой, визуальной литотой, визуальным граффоном, визуальной градацией.

В качестве определения политического рекламного текста мы принимаем за основу точки зрения Ю.Б. Феденевой, В.А. Каменевой и рассматриваем его как законченное речевое произведение политической коммуникации, имеющее идеологическое воздействие – целенаправленное воздействие на интеллектуальную и эмоциональную стороны восприятия реципиентом информации, подаваемой через лингвистические институты власти (например, дискурс СМИ и интерне-дискурс), о социальной действительности, социальных объектах и явлениях [6; 2]. Политический рекламный текст нами рассматривается как один из видов креолизованных текстов, основанных на взаимодействии вербального и визуального компонентов. Термин «креолизованный текст» был введен в лингвистику Ю.А. Сорокиным и Е.Ф. Тарасовым [5].

Материал исследования составил 300 текстов русскоязычной политической интернет-рекламы (далее – РПИР), все образцы которой являются статичными, без аудиального сопровождения и динамического видеоряда.

В.А. Каменева, Н.В. Рабкина и другие утверждают: «Визуализация сравнения может быть направлена на сопоставление или противопоставление» [4, с. 98]. Визуальное сравнение в РПИР содержит обязательно два визуальных образа в одном тексте политической рекламы.

* Научный руководитель: *Каменева Вероника Александровна*, д.фил.н., профессор; e-mail: russia_science@mail.ru

1. Рассмотрим РПИР с визуальным сравнением, которое имеет характер сопоставления. Указанное визуальное стилистическое средство часто используется с целью привлечения внимания глобального адресата к определенным политическим и общественным проблемам: сохранению мира, свободы, равенства, толерантности, социальной справедливости, улучшению уровня жизни граждан и другим.

Пример РПИР, где визуальное сравнение имеет два образа, сопоставляемых друг с другом, представлен на рис. 1а. Цель данной политической рекламы состоит в привлечении внимания глобальной аудитории к выборам как общественной проблеме, когда происходит подмена ценностных ориентаций кандидатов выборной кампании. Визуальный образ шахтеров сопоставляется с образом партии «Единая Россия»: логотип партии «Единая Россия» графически перечеркнут знаком «против», но при этом шахтеры изображены на фоне российского триколора как символа государства, трудовой доблести. Без прочтения вербального компонента реципиент не в состоянии понять сообщение в целом: слоган «Люди, которые реально работают» раскрывает смысл сопоставления, а основной рекламный текст дополняет: «Шахтеры в опасных для жизни условиях добывают сырьё для производства всех отраслей промышленности». Усиливает воздействие на реципиента использование графических средств (написание заглавными буквами слов «шахтеры», «реально»; выделение слогана синим цветом). В результате адресат из пассивного наблюдения превращается в активного субъекта коммуникации и выстраивает ассоциативный ряд: выбор – за трудящимися, приоритет выборной кампании должен быть в пользу людей, которые занимаются делом, а не пустословием, что искажает реальное общественное мнение и разрушает демократию в стране.

Визуальное сравнение активно используется политическими партиями для пропаганды своих политических идей и направлено на формирование позитивного образа кандидатов в выборные органы. При этом визуализация сравнения включает сопоставление двух образов по определенному признаку. Так, в РПИР на рис. 1б партия КПРФ накануне выборов предлагает избирателям сделать выбор в их пользу (логотип партии на фоне визуального образа «галочки» – я голосую) вместо тех политиков, кто играет в слова. Слоган «Остальное не актуально» способствует выбору реципиента в пользу указанной партии: нужно заниматься делом, а не демагогией и бездельем. Вербальный компонент «КПРФ» соединяется с визуальным изображением в красном цвете, что усиливает воздействие на глобального адресата.

2. Рассмотрим РПИР с визуальным сравнением, которое направлено на противопоставление двух образов. В данном случае визуальное сравнение имеет обязательно два образа-антагониста, и, сравнивая их, реципиент делает свой выбор в пользу одного из них. Визуализация сравнения, направленная на противопоставление двух образов, имеет особую убеждающую силу, так как противопоставляются программы представителей разных политических партий.

Визуальное сравнение в РПИР может быть направлено для аргументации оценки тех или иных проблем общества, с его помощью у глобального адресата формируется мировоззрение, а именно: такие общечеловеческие ценности, как «жизнь с пользой для других», «общественное признание», «участие в общественно-политической жизни» и другие. Так, реципиенту представлено два противопоставляемых образа: голосующий избиратель и избиратель, не пришедший на выборы (рис. 1в).

Во втором случае граждан предостерегает образ наручников как возможный результат выборной кампании, если избиратель не придет на выборы. Этот визуальный компонент не только расширяет смысловое наполнение слогана «Проиграешь», но и эмоционально воздействует, корректирует предпочтение реципиента. С этой целью используется и графическое средство – цветовое изображение слогана «Проиграешь» (в черном цвете).

В РПИР визуальное сравнение не всегда имеет указание на персоналии (рис. 1г): визуальное сравнение включает образ политика нового поколения, данного в противопоставлении с обычным политиком («обычный политик»). Визуализация сравнения образов двух политиков – начало выстраивания логической цепи, обозначенной слоганом этого рекламного сообщения, который в отношении «политика нового поколения» читается так: «Думает о вашем будущем». Сравнение осуществлено при помощи одинаковых глаголов в параллельной кон-

струкции («думает») или антонимов (в данном контексте: обычный политик – политик нового поколения). Вербальный компонент об обычном политике соединяется с визуальным изображением в черном цвете, что диссонирует с предлагаемым кандидатом предвыборной кампании. В результате актуализируется выбор глобальной аудитории (С.В. Кириенко – депутат Государственной думы РФ в 1999-2000 гг.).



Рисунок 1 – Примеры русскоязычной политической интернет-рекламы

Таким образом, визуальное сравнение в текстах русскоязычной политической рекламы следует рассматривать как идеологическое средство воздействия на глобального реципиента. Визуальное сравнение имеет характер сопоставления или противопоставления и эффективно используется в политической рекламе по сравнению с другими визуальными стилистическими средствами.

Список источников:

1. Зенкова А. Ю. Визуальная метафора в социально-политическом дискурсе: методологический аспект // Многообразие политического дискурса. – Екатеринбург: ИФиП УрО РАН, УрГСХА, 2004. – С. 39-54.
2. Каменева В.А. Теоретические основы идеологических исследований. Краткий обзор. // Политическая лингвистика. – 2017. – №3. – С. 16-20.
3. Каменева В.А., Рабкина И.В. Визуальный код рекламы: скрытая суггестия // Политическая лингвистика. – 2019. – №4. – С. 83-102.
4. Каменева В.А., Рабкина И.В., Араева Л.А, Горбачева О. Н. К вопросу о терминологическом аппарате визуальной стилистики текста: визуальные стилистические средства в социальной рекламе // Политическая лингвистика. – 2018. – №3. – С. 96-105.
5. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. – М.: Наука, 1990. – С. 180-186.
6. Феденева Ю.Б. Моделирующая функция метафоры в агитационно-политических текстах 90-х гг. XX века : дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 1998. – 181 с.

Попруга Н.С.

АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ВЫХОДА КОМПАНИЙ НА IPO

Popruga N.S.

THE ANALYSIS OF THE KEY FACTORS INFLUENCING THE EFFECTIVENESS OF IPO OF THE COMPANIES

Попруга Наталья Сергеевна*; обучающаяся, ГУО «Институт бизнеса Белорусского государственного университета»; Республика Беларусь, 220007, г. Минск, ул. Московская, д. 5;
e-mail: popruga natalia@gmail.com

Popruga Natalia Sergeevna; School of Business of Belarusian State University; 5 Moskovskaya Street, Minsk 220007, Republic of Belarus;
e-mail: popruga natalia@gmail.com

В данной статье на примере компании ОАО «Борисовский завод медицинских препаратов» рассматривается ряд факторов, способных оказать существенное влияние на результативность выхода компаний на IPO. Анализ данных факторов определяет рыночный потенциал компании, степень её готовности к публичному размещению, а также уровень будущего спроса среди потенциальных инвесторов. Приводится методология, направленная на оценку уровня подготовленности компании к выходу на фондовые рынки. На основании проведенного анализа разрабатывается стратегия выхода на IPO с учетом рисков и возможностей каждой отдельной компании, позволяющая повысить эффективность размещений и привлечь инвесторов.

In the article a number of factors which can influence the effectiveness of IPO of the companies essentially is considered on an example of the company of JSC "Borisovsky Factory of Medical Drugs". The analysis of the factors defines the market potential of the company, the degree of its readiness for public placing, and the level of future demand among potential investors. The methodology aimed at estimation of the level of the company readiness to enter the share markets is presented. On the basis of the analysis the entry strategy of IPO taking into account the risks and possibilities of each separate company is developed allowing to increase placing efficiency and to attract investors.

Ключевые слова: IPO, первичное публичное размещение, оценка акций компании, фондовый рынок.

Keywords: IPO, initial public offering, estimation of the company shares, share market.

Опыт развитых стран показывает, что одним из самых эффективных способов повышения инвестиционной активности на микроуровне является реструктуризация бизнеса. Успешные компании часто проводят структурные преобразования, чтобы соответствовать требованиям меняющихся рыночных условий и увеличить свою конкурентоспособность [1, с. 45]. Результатом ее успешного проведения становится возросший поток чистой текущей стоимости будущих доходов, увеличение конкурентоспособности компании и рыночной стоимости ее собственного капитала.

Наиболее актуальной формой стратегической реструктуризации на сегодняшний момент считается первичное публичное размещение акций компании (IPO, от англ. Initial Public Offering). Вместе с тем, IPO очень сложный и трудоемкий процесс, успешность которого зависит от множества факторов. Решившись на организацию данной процедуры, каждая компания должна оценить свои возможности и реальную готовность к предстоящей эмиссии. Важно определить, какие действия следует предпринять, чтобы вызвать интерес потенциальных инвесторов, повысить стоимость бизнеса и обеспечить соответствие требованиям, предъявляемым к публичной компании.

Набор факторов, влияющих на эффективность первичного публичного размещения, имеет свою специфику в каждой отдельной стране. Для целей данного исследования целесообразно выделять две основные группы факторов – внутренние и внешние. Внутренние факторы напрямую зависят от менеджмента компании, внешние, в свою очередь, не поддаются управлению.

* Научный руководитель: **Королев Юрий Юрьевич**, к.э.н., доцент; e-mail: yu.korolev@sbmt.by

Подробнее рассмотрим влияние каждой группы факторов, представленных в таблице 1, на примере ОАО «Борисовский завод медицинских препаратов» (БЗМП).

Таблица 1 – Факторы, оказывающие влияние на результативность IPO

Внешние		Внутренние	
Рыночные	1. Макроэкономические показатели страны эмитента. 2. Изменение спроса и предложения активов на мировом рынке. 3. Цикличность и состояние мирового фондового рынка	Операционные	1. Динамика показателей финансовых результатов и рентабельности. 2. Уровень показателей ликвидности и платежеспособности.
Институциональные	1. Степень защиты прав инвесторов и наличие соответствующих нормативно-правовых актов. 2. Требования биржи к эмитентам. 3. Степень развитости финансовых институтов	Организационные	1. Система корпоративного управления компании-эмитента. 2. Привлекательная инвестиционная история. 3. Верный выбор биржи, андеррайтера и аудиторов. 4. Стоимость размещения

Примечание: Источник – составлено автором на основе [2]

Основанный в 1965 году «Борисовский завод медицинских препаратов» (далее «БЗМП») – это современное, динамично развивающееся предприятие фармацевтической индустрии, которое обладает новейшими технологиями и высокой культурой производства, является самым крупным предприятием отрасли в Республике Беларусь и входит в десятку крупнейших предприятий фармацевтической промышленности в странах СНГ.

Ежегодный объем производства продукции организации составляет свыше 4,8 млрд таблеток, 170 млн капсул, около 50,0 млн флаконов стерильной распылки антибиотиков, более 14 млн упаковок мазей, около 13 млн флаконов настоек и спиртовых растворов, около 400 млн ампул с инъекционными растворами. Традиционно около половины объема произведенной ОАО «БЗМП» продукции поставляется на экспорт.

Ключевым моментом в деятельности компании стало решение о проведении IPO. Напомним, что ОАО «Борисовский завод медицинских препаратов» размещал свои акции на ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа» 29 июня 2011 года. Объем эмиссии составлял 59,7 млрд бел. руб., по итогам торгов было привлечено всего 105 млн бел. руб., или 0,2% от величины предложения. Такие низкие результаты имеют ряд обоснованных причин, анализ которых проведем ниже.

Как следует из таблицы 1, к внешним факторам выхода на IPO относятся так называемые институциональные факторы. Влияние данной группы факторов БЗМП ощутил еще в 2011 году, когда объявил о предстоящем IPO на ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа». Из-за требований законодательства на местной бирже осуществлялся лишь технический листинг, а не «живая» торговля акциями. В итоге из выставленных 125 тысяч акций было продано всего лишь 223 [3].

Стоит отметить ряд иных институциональных препятствий, которые затрудняют выход белорусских компаний на IPO. Так, согласно законодательству Республики Беларусь, компании предоставляется всего 10 рабочих дней на размещение акций, что значительно усложняет организацию процесса торгов [4, п. 1.3]. Не до конца урегулированными остаются вопросы, связанные с вычетом из налогооблагаемой базы расходов, понесенных в ходе IPO, выпуском депозитарных расписок и некоторые другие.

Отдельно отметим низкий инвестиционный рейтинг страны, который сдерживает огромную долю инвесторов. Частично решить данную проблему можно, создав холдинговую структуру или специальный целевой механизм (SPV), однако при обращении акций по-прежнему

четко разделяются страна регистрации (формальный критерий) и государство, где осуществляется операционная деятельность. Этот факт также влияет на котировки акций компании.

Важнейшим внутренним фактором выхода на IPO, который относится к группе операционных и имеет первостепенное значение для БЗМП, является уровень показателей ликвидности и платежеспособности. Как показывают наши исследования, несмотря на то, что коэффициент текущей ликвидности БЗМП (К1) и коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (К2) удовлетворяют нормативным значениям, коэффициент абсолютной ликвидности компании близок к критическому [5, с. 21-22].

При этом чистая и операционная прибыль в последние годы снижается, а базовая прибыль на акцию за 2018 год сократилась более, чем в 3 раза: с 11,95 тыс. руб. до 3,01 тыс. руб. Соответственно, значительно снизился один из самых важных показателей для инвесторов – коэффициент (соотношение) «цена-прибыль» (P/E). Динамика изменения чистого денежного потока также имеет тенденцию к снижению в 2017-2019 годах. Рентабельность продукции, выпускаемой ОАО «Борисовский завод медицинских препаратов», в последние 5 лет варьируется от 19,5% до 23%.

Важным фактом при экономическом анализе предприятия, намеревающегося выходить на фондовые рынки, является структура капитала и эффективность его использования. Проведенные исследования демонстрируют снижение коэффициента капитализации за отчетный период, что свидетельствует о послаблении зависимости предприятия от привлеченного капитала. Коэффициент финансовой устойчивости в течение периода изменился незначительно. По состоянию на конец периода 53% активов покрывается за счет собственных источников и 47% – за счет заемных.

Следовательно, компании необходимо более уверенно демонстрировать стабильную позитивную динамику основных операционных показателей и реалистичность планов по их поддержанию в будущем.

К внутренним организационным факторам, оказывающим влияние на результативность IPO, относится стоимость размещения. Совокупные расходы на прохождение листинга составляют 5-10% от привлеченных средств, а наибольший удельный вес приходится на услуги организаторов и консультантов. На данный момент наиболее привлекательной с точки зрения стоимости размещения акций БЗМП является Варшавская фондовая биржа, где сбор за допуск к торгам составляет до 6 500 тыс. долл. США, а ежегодный сбор – до 15 000 тыс. долл. США [6, с. 4]. Однако даже этот относительно «бюджетный» вариант размещения при текущих финансовых возможностях будет неэффективным для БЗМП, поскольку компании, прежде всего, необходимо в течение последующих нескольких лет повышать ликвидность, наращивать величину чистых денежных потоков и прибыли на акцию.

Соответственно, одним из основных вопросов при подготовке к проведению IPO является выбор биржи. Рынки различаются по условиям регистрации и условиям ведения операций, а также по правилам и нормам, регулирующим организацию торгов, подготовку отчетности и порядок расчетов. Для компании, осуществляющей IPO, выбор рынка является финансовым решением стратегической важности. При этом компания должна определить, на каком рынке ее акции окажутся максимально привлекательными для инвесторов. Этот рынок должен также быть в состоянии удовлетворить потребности компании после того, как она станет акционерной.

Таким образом, было выделено три группы основных факторов, сдерживающих выход ОАО «Борисовский завод медицинских препаратов» на IPO: институциональные барьеры, отрицательная динамика отдельных финансовых показателей и высокая стоимость для компании самого процесса первичного публичного предложения. Перечисленные факторы являются определяющими не только для акционерного общества, но и для многих других компаний. Поэтому от успешного их решения во многом будут зависеть результаты выхода на IPO и других национальных компаний.

На основании вышеизложенного компаниям рекомендуется использовать специальную методику определения степени готовности к привлечению долгового или долевого финанси-

рования на фондовом рынке, для того чтобы на ранних этапах провести диагностику и минимизировать риски. Данная методика позволяет оценить уровень подготовленности компании к размещению акций на бирже и служит дополнительным инструментом для руководства предприятия в процессе принятия обоснованного решения относительно размещения ценных бумаг и разработки плана мероприятий по подготовке к нему [7, с. 348].

Методика основана на анализе различных показателей, характеризующих перспективы и текущую ситуацию как самой компании, так и отрасли и экономики в целом, а также факторов, имеющих существенное влияние на стабильность деятельности компании, сгруппированных по трем блокам: макроэкономические, тактические (текущие) и перспективные (стратегические) показатели. Готовность компании к привлечению финансирования на фондовом рынке оценивается в баллах, максимальное количество баллов – 100,0, минимальное – 0,0. Подсчет баллов для вычисления интегрального показателя готовности организации к выходу на фондовый рынок осуществляется по следующим этапам:

- 1) расчет показателей каждой группы и присвоение баллов (от 0,0 до 100,0 баллов);
- 2) взвешивание баллов показателей согласно весу группы;
- 3) суммирование всех взвешенных балльных оценок показателей в рамках одного блока;
- 4) умножение суммы взвешенных балльных оценок показателей, рассчитанных в пункте 3, на вес соответствующего блока;
- 5) суммирование взвешенных балльных оценок всех блоков;
- 6) итогом является интегральный показатель, характеризующий степень готовности компании к привлечению финансирования на фондовом рынке.

Таблица 2 – Показатели факторов готовности организации к выходу на фондовый рынок

Факторы	Вес группы	Показатели	Вес показателя
Макроэкономические	0,3	Темпы роста отрасли, в которой работает компания	0,20
		Продолжительность работы компании на рынке	0,10
		Лидерство на рынке или отрасли	0,20
		Динамика роста объемов продаж компании	0,30
		Объемы выручки от реализации продукции (работ, услуг) компании	0,20
Тактические	0,3	Соответствие финансовой отчетности требованиям МСФО	0,10
		Степень финансовой устойчивости компании и платежеспособности	0,50
		Доля долгового финансирования и кредитная история	0,10
		Уровень рентабельности компании и другие показатели эффективности	0,30
Перспективные	0,4	Стабильность темпов роста выручки компании	0,20
		Качество корпоративного управления	0,20
		Качество менеджмента и персонала	0,30
		Транспарентность компании	0,20
		Подготовленный проспект эмиссии	0,10

Примечание: Источник – составлено автором на основе [7]

По результатам проведенной диагностики компании, характеризующиеся высокой степенью готовности к IPO, имеют 81-100 баллов, акции, выпущенные эмитентом данной группы, высоко оцениваются рынком и имеют стабильный спрос среди инвесторов; компании с баллом 61-80 имеют невысокую вероятность дефолта и также востребованы среди инвесторов; вероятность дефолта эмитентов, имеющих баллы 41-60, средняя, акции, выпущенные эмитентом данной группы, наиболее волатильны и несут определенные риски для инвестора. Эмитенты с баллами 21-40, как правило, оцениваются ниже балансовой стоимости и имеют низкий спрос на рынке. Самой критической группой являются компании, которые по результатам анализа получают баллы ниже 20, вероятность дефолта такой компании крайне велика, а акции не имеют спроса на рынке.

Отметим, что, помимо выбора биржи, компании предстоит определить оптимальное время размещения, от которого напрямую зависит инвестиционный спрос на акции. Существует ряд важных факторов, которые необходимо учитывать при выборе момента размещения.

Во-первых, фармацевтическая отрасль имеет определенную сезонность, эффективнее всего будет размещать акции в осеннее-зимний период, когда предприятия демонстрируют наилучшие показатели выручки и объемов продаж.

Во-вторых, проспект эмиссии должен содержать актуальную финансовую информацию. Как правило, аудиторские заключения выдаются на финансовую отчетность не старше 135 дней с момента её публикации, что накладывает ограничения на доступные периоды для предложения акций. Период в 135 дней для соответствующей финансовой отчетности оканчивается 12 февраля, 15 мая, 12 августа и 12 ноября.

Третьим важным условием является учет периодов каникул инвесторов в летнее и зимнее время, когда резко падает инвестиционная активность на фондовом рынке, сопровождающаяся зачастую падением стоимостей торгуемых акций.

На основании вышеизложенного в календарном году можно выделить восемь периодов, четыре из которых являются благоприятными для выхода компаний на IPO (рисунок 1).



Рисунок 1 – Оптимальные периоды для проведения IPO

Фактически выбор времени для проведения IPO зависит от сроков подготовки и представления финансовой отчетности компании, а также от выбора оптимального периода с точки зрения цикличности бизнеса и ситуации на фондовом рынке.

Таким образом, существуют две основные группы факторов, оказывающих существенное влияние на результативность IPO, - внутренние и внешние. Внешние факторы не поддаются управлению, однако требуют разработки карты рисков и стратегии по их минимизации. Внутренние факторы напрямую зависят от менеджмента компании и имеют ключевое значение в процессе подготовки к IPO. Для того чтобы оценить готовность компании к публичному размещению, предлагается использовать определенную методику, по которой анализируются макроэкономические, тактические и стратегические аспекты функционирования компании. На основании проведенного анализа делается заключение о степени привлекательности эмитента среди инвесторов, а также готовности к выходу на фондовый рынок. Следующим ключевым моментом, способным вызвать недооценку акций компании, является время выхода на

биржу. Данные исследования показывают, что целесообразно выделять четыре окна, наиболее благоприятных для проведения размещений. Принимая во внимание вышеизложенные факторы и следуя рекомендациям, компании могут значительно повысить свои шансы на более высокую оценку акций рынком, а также сформировать высокий спрос среди инвесторов.

Список источников:

1. Попруга Н.С. Влияние отраслевой специализации на результативность программы IPO // Бизнес. Инновации. Экономика: материалы 75-й научн. конф. студентов и магистрантов, ИБМТ БГУ, Минск, 27 апр. 2018 г. – Минск: Белорус. гос. ун-т, Институт бизнеса и менеджмента технологий, 2018. – С. 45-49.
2. Чан Д.Ч. Анализ факторов, влияющих на недооценку первичных публичных размещений в России и странах СНГ // Вестник университета. – 2013. – №13. – С. 113-119.
3. Аудиторское заключение ОАО «БЗМП» за 2018 год [Электронный ресурс]. – URL: <https://borimed.com/img/MFSO-za-2018-god.pdf> (дата обращения: 03.02.2020).
4. Руководство по листингу на Варшавской фондовой бирже [Электронный ресурс]. – URL: <http://docplayer.ru/27905915-Listing-na-varshavskoy-fondovoy-birzhe-rukovodstvo-po-listingu-na-varshavskoy-fondovoy-birzhe.html> (дата обращения: 03.02.2020).
5. Как выводить компанию на IPO [Электронный ресурс]. – URL: <https://probusiness.io/finance/942-kak-vyvodit-kompaniyu-na-ipo-chast-2.html> (дата обращения: 03.02.2020).
6. Закон Республики Беларусь «О рынке ценных бумаг» от 5 января 2015 г. №231-З [Электронный ресурс] // Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019. – URL: Pravo.by: Беларусь (дата обращения: 03.02.2020).
7. Бондаренко А.С. Оценка готовности компании к привлечению финансирования на фондовом рынке // Фундаментальные исследования. – 2015. – №11 (часть 2) – С. 347-350.
8. Московская фондовая биржа «Годовой отчет 2018» [Электронный ресурс]. – URL: https://report2018.moex.com/download/full-reports/ar_ru_annual-report_pages.pdf (дата обращения: 03.04.2020).

УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ

ПОРЯДОК РАССМОТРЕНИЯ И РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ НАУЧНЫХ СТАТЕЙ

1. Редакция журнала «Научные записки ОрелГИЭТ» принимает к рассмотрению только материалы, поступившие по электронной почте. Редакция в обязательном порядке осуществляет рецензирование, необходимое научное и стилистическое редактирование всех материалов, публикуемых в журналах ОрелГУЭТ.

2. Редакция журналов ОрелГУЭТ принимает к рассмотрению статьи и материалы, отражающие научные взгляды, результаты и достижения фундаментальных и теоретико-прикладных исследований в области экономики и других социально-гуманитарных наук, а также отдельных направлений естественно-технических наук (математики, информатики, товароведения, технологии и гигиены питания). Материалы, не соответствующие по тематике перечисленным предметным областям, к рассмотрению не принимаются.

3. Каждая научная статья должна иметь рецензию специалиста соответствующего научного профиля (доктора наук, профессора). Кроме этого, при условии публикации статей аспирантов, соискателей ученой степени кандидата наук должна быть представлена рекомендация научного руководителя.

4. Главный редактор журнала направляет статью на рецензирование члену редакционного совета, курирующему соответствующее направление / научную дисциплину. При отсутствии члена редсовета или поступлении статьи от члена редакционного совета главный редактор направляет статью для рецензирования внешним рецензентам.

5. В качестве рецензентов рукописей статей, поступающих для публикации, привлекаются известные специалисты в данной предметной области, имеющие в течение последних трех лет публикации в рецензируемых источниках по рассматриваемой тематике. К рецензированию рукописей статей научных работников привлекаются специалисты с соответствующей или более высокой ученой степенью.

6. Рецензент должен рассмотреть направленную статью в течение 2-х недель с момента получения и направить в редакцию (по e-mail, почтой РФ) мотивированный отказ от рецензирования или рецензию.

7. После получения рецензий на очередном заседании редакционного совета рассматривается вопрос о поступивших статьях и принимается окончательное решение на основе оценки рецензии об опубликовании или отказе в опубликовании статей. На основе принятого решения авторам направляется письмо (по e-mail, почтой РФ) от имени ответственного редактора журнала. В письме дается общая оценка статьи, если статья может быть опубликована после доработки / с учетом замечаний – даются рекомендации по доработке / снятию замечаний, если статья не принимается к опубликованию – указываются причины такого решения.

8. Рецензии хранятся в редакции в течение 5 лет. При поступлении запроса в Министерство науки и высшего образования Российской Федерации могут быть предоставлены копии рецензий. По запросам авторов рукописей и экспертных советов ВАК редакция предоставляет соответствующие рецензии по статье без указания Ф.И.О. рецензентов.

9. Статья, направленная автором в редакцию после устранения замечаний, проходит повторное рецензирование у члена общей или специализированной редакционной коллегии, осуществившего первичное рецензирование данной статьи.

10. Привлечение внешних рецензентов возможно в следующих случаях: когда отсутствует член редсовета, курирующий определенное направление научную дисциплину; член редакционного совета не имеет возможности подготовить рецензию; редакционный совет не соглашается с мнением высказанным в рецензии члена редсовета; поступает статья от члена редакционного совета.

ТРЕБОВАНИЯ К СТАТЬЯМ:

1. Заглавие не должно быть слишком длинным, но полностью отвечать содержанию статьи.

2. Статьи должны носить, как правило, аналитический, а не описательный характер, автором должен быть четко определен круг рассматриваемых вопросов, их актуальность и цели исследования. В статье не следует приводить лишь перечень цитат и точек зрения, необходимо провести их анализ и на его основе дать систематизацию взглядов по исследуемой проблеме, сформулировать авторский подход к теме. Позиции автора должны быть аргументированы и логически выдержаны. Статью необходимо завершить выводом и предложениями.

3. В статье рекомендуется привести ссылки на литературные источники и приведенные в ней статистические данные. Ссылки следует оформлять в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила оформления».

4. Обязательным является список литературы. Он приводится в конце рукописи в алфавитном порядке по фамилиям авторов в соответствии с принятыми стандартами библиографического описания (ГОСТ Р 7.0.5-2008).

5. К рассмотрению принимаются статьи объемом не менее 0,25 и не более 1 печатного листа (10000-40000 знаков).

6. Количество авторов (соавторов) статьи – не более 3 человек. В одном номере публикуется не более 2 статей одного автора (соавтора). Статьи аспирантов должны сопровождаться рекомендацией (отзывом) за подписью научного руководителя или заведующего кафедрой.

7. Редакция не несет ответственность за достоверность информации, приводимой авторами. Автор, направляя рукопись в редакцию, принимает личную ответственность за оригинальность исследования (не менее 70%), поручает редакции обнародовать произведение посредством его опубликования в печати.

8. Представляя текст работы для публикации в журнале, авторы гарантируют правильность указания всех приведенных сведений, оригинальность присланных материалов, отсутствие плагиата и других форм неправоверного заимствования в рукописи произведения, надлежащее оформление всех заимствований. Авторы публикуемых материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных и прочих сведений. Авторы дают согласие на обработку редакцией своих персональных данных, в соответствии с требованиями Федерального закона от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных» и размещение полного текста статьи в сети Интернет на официальных сайтах журнала «Научные записки ОрелГИЭТ» (http://orelgiet.ru/public/Nauchnye_zapiski_Orel_GIET), Научной электронной библиотеки (www.elibrary.ru), а также в российских и иностранных научных базах данных и электронных библиотеках (ст. 1286 и 1238 Гражданского Кодекса Российской Федерации).

9. Направление материалов в редакцию для публикации означает согласие автора с приведенными выше требованиями.

Редакция оставляет за собой право отклонять присланные работы, если они не соответствуют профилю журнала, редакционным требованиям, нормам научной этики, либо нарушают законодательство РФ.

Более подробно требования к публикуемым статьям изложены на интернет-странице РИО ОрелГУЭТ http://orelgiet.ru/public/Usloviya_publicatsii.

**МАТЕРИАЛЫ, НЕ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТРЕБОВАНИЯМ,
НЕ РАССМАТРИВАЮТСЯ!**

TABLE OF CONTENTS

ACCOUNTANCY, ANALYSIS AND STATISTICS

Lytneva N.A., Gurbanova S.K.

Ways and methods of influence analysis of settlements with the buyers on the organization's profitability and profitability

5

MANAGEMENT AND MARKETING

Skvortsova N.A., Vardikyan D.G.

Organization of commercial relations and choice of the supplier (on the example of "Opt-Torg (wholesale trade)")

13

INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGIES

Savina A.G., Malyavkina L.I., Savin D.A.

The analysis and business process modelling "Performance of design and exploration work" as the basis of optimisation of its information-technological support

18

Bashkatova S.S.

Digital technologies in personnel development of integrated corporate farm

27

GENERAL AND PRACTICAL PEDAGOGICS

Zhilyaeva S.K.

To the question on measures to struggle against child homelessness and neglect of minors in the first years of the soviet power

32

Gribanova M.Yu.

Individual educational path of the students of general secondary education institutions

35

THE THEORY AND METHODS OF PROFESSIONAL EDUCATION

Istomina A.A.

Business game as a means of formation of meta-subject abilities of history students

39

Kobychenkova E.V.

Use of case-method at social studies lesson as a means of students socialization

43

Orekhova N.S.

Interactive workbook as a didactic training aid of history

47

Putilina Ju.Yu.

Influence of family conflicts on the formation of child's personality

51

THE SCIENCE OF THE FUTURE

Derivolkova A.P.

Social networks as a powerful marketing tool

54

Kosach E.V.

English and history: integrative possibilities of study

59

Lastovka E.Yu.

Visual comparison in russian-speaking political advertising

63**Popruga N.S.**

The analysis of the key factors influencing the effectiveness of IPO of the companies

66**AUTHORS GUIDELINES****72**

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
УПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И
ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ФГБОУ ВО «ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ»

приглашают научных и научно-педагогических работников общего и профессионального образования принять участие в научно-практической конференции:



**«ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА БЕЗ ГРАНИЦ:
АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ
И ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ»**

Цели и задачи конференции:

- публичное обсуждение результатов экспериментальной или теоретической деятельности, направленной на получение новых знаний об основных закономерностях строения, функционирования и развития человека, общества, окружающей среды;
- развитие и популяризация новейших достижений науки и техники;
- обмен актуальной научно-технической информацией, укрепление деловых контактов между российскими и зарубежными учеными, специалистами и руководителями предприятий различных отраслей экономики.

Место проведения:

302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, 12.

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

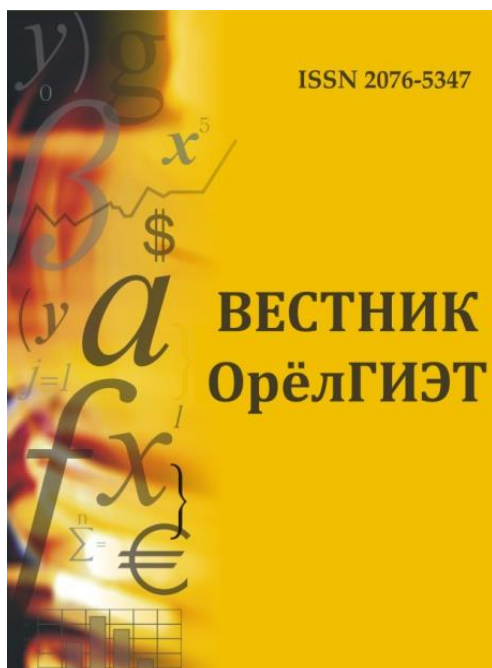
Сайт: www.orelgiet.ru

E-mail: ogiet-konferenciya@yandex.ru

Дополнительную информацию можно получить по телефону:

+7 (480)225-50-43 (Шелепина Наталья Владимировна)

Материалы конференции будут опубликованы в сборниках серии «Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования» (ISSN 2500-249X), электронная версия которых размещается в открытом доступе на сайте университета, а также индексируется в базе данных РИНЦ (eLIBRARY.RU).



Журнал «Вестник ОрёлГИЭТ» печатается с 2007 г. и является регулярным научным изданием, выпускаемым с целью развития научно-исследовательской деятельности, поддержки научных школ и подготовки кадров высшей квалификации.

Периодичность издания – 1 раз в квартал.

В журнале публикуются результаты исследований по **экономической теории, экономике и управлению народным хозяйством бухгалтерскому учету, статистике, товароведению пищевых продуктов и технологии продуктов общественного питания.**

«Вестник ОрёлГИЭТ» адресован научным работникам, профессорско-преподавательскому составу учебных заведений, аспирантам и студентам, которые интересуются новейшими результатами фундаментальных и прикладных исследований по различным направлениям науки.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Свидетельство о регистрации: ПИ № ФС 77-67656 от 10 ноября 2016 г.

Учредитель (издатель): ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли».

Журнал входит в «Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук» (Перечень ВАК).

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования ([РИНЦ](#)).

Подписка на журнал осуществляется во всех отделениях связи по объединенному каталогу «Пресса России» (индекс Е [36888](#)).

Перед публикацией все присланные материалы подлежат обязательному рецензированию. Копии рецензии или мотивированного отказа направляются авторам (без указания сведений о рецензенте). Рецензии хранятся в редакции журнала в течение 5 лет и могут быть предоставлены в Министерство образования и науки Российской Федерации при поступлении в редакцию соответствующего запроса.

Адрес редакции: 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12, каб.309

Телефон: (4862) 255-037; (910)300-77-56

E-mail: rio-ogiet@mail.ru

Сайт: http://orelgiet.ru/public/redakcionno_izdatelskiy_otdel