

Научно-исследовательский центр «Иннова»



НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ

Сборник научных трудов по материалам
VIII Международной научно-практической конференции,
19 июля 2019 года, г.-к. Анапа

Анапа
2019

УДК 00(082) + 001.18 + 001.89

ББК 94.3 + 72.4: 72.5

НЗ4

Ответственный редактор:
Скорицова Екатерина Николаевна

Редакционная коллегия:

Бондаренко С.В. к.э.н., профессор (Краснодар), **Дегтярев Г.В.** д.т.н., профессор (Краснодар), **Хилько Н.А.** д.э.н., доцент (Новороссийск), **Ожерельева Н.Р.** к.э.н., доцент (Анапа), **Сайда С.К.** к.т.н., доцент (Анапа), **Климов С.В.** к.п.н., доцент (Пермь), **Михайлов В.И.** к.ю.н., доцент (Москва).

НЗ4 Научное пространство: актуальные вопросы, достижения и инновации. Сборник научных трудов по материалам VIII Международной научно-практической конференции (г.-к. Анапа, 19 июля 2019 г.). [Электронный ресурс]. – Анапа: ООО «НИЦ ЭСП» в ЮФО (НИЦ «Иннова»), 2019. - 56 с.

ISBN 978-5-95283-124-7

В настоящем издании представлены материалы VIII Международной научно-практической конференции «Научное пространство: актуальные вопросы, достижения и инновации», состоявшейся 19 июля 2019 года в г.-к. Анапа. Материалы конференции посвящены актуальным проблемам науки, общества и образования. Рассматриваются теоретические и методологические вопросы в социальных, гуманитарных и естественных науках.

Издание предназначено для научных работников, преподавателей, аспирантов, всех, кто интересуется достижениями современной науки.

Материалы публикуются в авторской редакции. За содержание и достоверность статей, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

Информация об опубликованных статьях размещена на платформе научной электронной библиотеки (eLIBRARY.ru). Договор № 2341-12/2017К от 27.12.2017 г.

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте:
www.innova-science.ru.

УДК 00(082) + 001.18 + 001.89
ББК 94.3 + 72.4: 72.5

© Коллектив авторов, 2019.

© ООО «НИЦ ЭСП» в ЮФО

ISBN 978-5-95283-124-7

(Научно-исследовательский центр «Иннова»), 2019.

СОДЕРЖАНИЕ

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

ИМИДЖ РУКОВОДИТЕЛЯ КАК НЕОБХОДИМАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ УСПЕХА

Горбунова Оксана Владимировна 5

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

К ВОПРОСУ МОДЕЛИРОВАНИЯ РАБОТЫ СКЛАДА И СКЛАДСКИХ ПРОЦЕССОВ

Катун Евгений Сергеевич 16

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА, ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Киселева Анна Михайловна

Передних Л. В. 20

ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Пахомова Юлия Владимировна 25

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ: ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ И ПОРЯДОК РЕАЛИЗАЦИИ

Сурмалян Карине Арутюновна 29

ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

РАЗВИТИЕ И ПРОГРЕСС В ОТРАСЛИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ И ДИЗАЙНА ИНТЕРФЕЙСОВ

Ермаков Николай Денисович, Угрюмов Владислав Валерьевич

Агамалян Артём Толикович 35

ПРОВЕРКА ПРОЧНОСТИ НА СМЯТИЕ ОБРАЗЦОВ НА ОСНОВЕ ЛИТОГО ШЛАКОВОГО ЩЕБНЯ

Стурова Виктория Андреевна 39

МЕДИЦИНСКИЕ НАУКИ**СОВРЕМЕННЫЕ СИСТЕМЫ И СЕРВИСЫ: ТЕХНОЛОГИИ
ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В МЕДИЦИНЕ***Зелинский Сергей Сергеевич, Назарян Диана Самвеловна**Удуд Елена Александровна 43***ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ****СРАВНИТЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ НАЛОГА С ПРОДАЖ И НДС***Туголукова Виктория Алексеевна 48***ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ****РОЛЬ ПЕДАГОГА В ФОРМИРОВАНИИ ЛИЧНОСТИ РЕБЕНКА***Юлдашева Светлана Николаевна..... 52*

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 159.9

ИМИДЖ РУКОВОДИТЕЛЯ КАК НЕОБХОДИМАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ УСПЕХА

Горбунова Оксана Владимировна

руководитель

Автономная некоммерческая организация дополнительного образования

«Центр деловой практики», г. Тюмень

***Аннотация:** в статье представлен комплексный анализ имиджа руководителя с точки зрения определённого набора качеств, его внешнего вида и индивидуальности. Также продемонстрирована универсальная «карта качеств» любого руководителя. Проведён сравнительный анализ атрибутов дресс-кода руководителей (мужчин и женщин). В заключение статьи представлены различия понятий «имидж» и «личный бренд».*

***Abstract:** the article presents a comprehensive analysis of the image of the head in terms of a certain set of qualities, his appearance and personality. The universal "quality map" of any Manager is also demonstrated. A comparative analysis of the attributes of the dress code of leaders (men and women). In conclusion, the article presents the differences between the concepts of "image" and "personal brand".*

***Ключевые слова:** имидж руководителя, личный бренд, качества предпринимателя, качества бизнесмена, качества руководителя, обаяние, механизм взаимопритяжения, дресс-код.*

***Key words:** image of the head, personal brand, qualities of the businessman, qualities of the businesswoman, qualities of the head, charm, mechanism of mutual attraction, dress code.*

«Искусство нравиться есть тайна, которая даруемая ли природою или похищаемая упорным усилием, в обоих случаях достойна уважения и зависти; в последней даже ей немногие отказывают»

П. А. Вяземский

Имиджевая цель

Цель написания статьи отнюдь не сводится к склонению руководителей воспользоваться услугами имиджмейкеров – специалистов, профессионально занимающихся вопросами создания имиджа. Главное - представлять и понимать, что имидж может выступать инструментом для создания собственного образа, причём своими силами. Поэтому задача статьи – представить базовый инструмент создания имиджа.

Необходимо понимать, что имидж не только инструмент управления общественными массами, но и объект управления [1]. Имидж представляет некий образ, с помощью которого можно влиять на восприятие людей. Причём, особенности восприятия образа – процесс весьма длительный, будто «эффект шлейфа».

Имиджевой целью руководителя является возможность оказывать влияние на настроение подчинённых, партнёров, контрагентов, клиентов. В зависимости от «весомости» личности в обществе различно и отношение к вопросу формирования имиджа. Чем масштабнее личность, тем важнее каждый этап имиджевой политики. Имидж делового человека выступает весьма мощным психологическим средством, оказывающим эффективное воздействие не только на его клиентов, но и на него самого.

Наукой, занимающейся формированием имиджа человека, товара (предмета) или организации, другим словом, имиджеологией, рассматриваются вопросы имиджа, в т. ч., как видно из определения, и в отношении офисов руководителя. В статье коснёмся непосредственного личного имиджа руководителя в части его набора качеств, внешнего вида, межличностных взаимоотношений, голоса и самопрезентации.

Чтобы руководителю создать имидж, который способен сделать его успешным, необходимо учесть базовые аспекты имиджа. Для успеха важны воля в совокупности с жесточайшей самоорганизацией, цельность личности, а также полная свобода своего личностного самовыражения. Это фундамент, это основа построения имиджа. Имидж – это то, чего ждут от руководителя: определённый набор качеств, разумный внешний вид, - в общем, всё, что делает его руководителем.

Анализ качеств обаяния и успешности

Рассмотрим ряд качеств, которые помогают руководителю добиться личного обаяния (рисунок 1), быть успешным предпринимателем или бизнесменом.

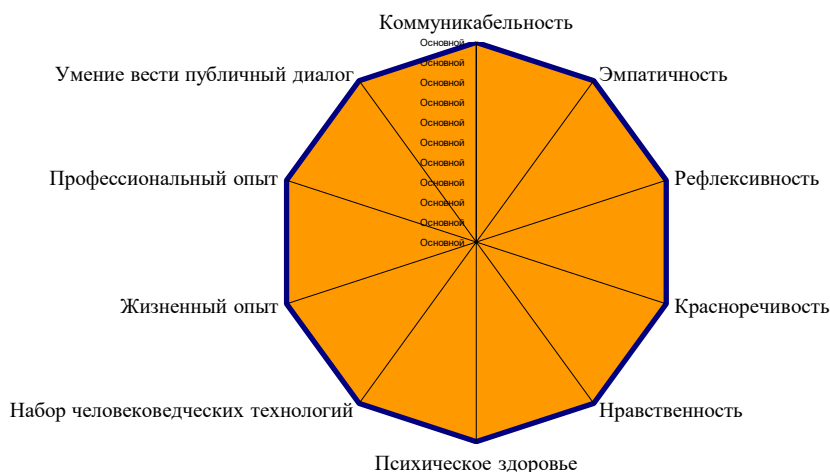


Рисунок 1 – Качества, позволяющие стать обаятельным

Личное обаяние – это внешняя привлекательность, а именно энергетика личности. Рефлексивностью называют способность понимать других, а эмпатичность – сопереживание им. Человековедческие технологии включают и навыки межличностного общения, и следование деловому стилю в одежде, и способность преодолевать конфликтные ситуации.

Качества, помогающие успешно заниматься предпринимательской деятельностью, представлены на рисунке 2.

Вариативность означает наличие нескольких вариантов действий в определённых ситуациях, полученных в результате обучения, обмена опытом и

собственного опыта. Маневренность – наличие составляющих тактики делового (повседневного) общения.



Рисунок 2 – Качества, позволяющие стать успешным предпринимателем

Внушительный набор качеств наблюдается у бизнесмена (рисунок 3).



Рисунок 3 – Качества, позволяющие стать успешным бизнесменом

Для бизнесмена важно применять два способа воздействия на людей: убеждать и нравиться.

Для примера были взяты в качестве рассмотрения именно предприниматель и бизнесмен, как руководители разных уровней, что определяется разной степенью ответственности. По «картам качеств» видно, что и тот, и другой руководитель имеют в своем арсенале качеств те, которые делают их обаятельными

людьми. К примеру, у предпринимателя - дружелюбие, способность вызывать доверие, приветливость, эмпатичность, маневренность; у бизнесмена – открытость в общении, корректность, вызывающий симпатию, дружелюбность, мечтательность, терпимость к слабостям людей, простота. Остальные качества приходятся на сферу профессиональных интересов.

Данные качества можно рассмотреть с т. зр. способов воздействия на людей, т. е. те качества, которые делают руководителя обаятельным, отнесём к способности нравиться, те же, которые необходимы в профессии, – к способности убеждать, доказывая умение вести своё дело.

Коммуникабельность, приветливость или открытость в общении отражают одно и то же качество – способность к общению. В общении целесообразно понимать механизмы взаимоприятия:

1. Доброжелательность и корректность выступают некоей аксиомой общения.
2. Использование уважительного отношения к собеседнику.
3. Высказываться по поводу обстоятельств, а не лиц.
4. Для того, чтобы комфортно чувствовать в любой незнакомой компании нужно соблюдать законы: привязанности, симпатии, доверия и уважения.
5. Обладание достоверной и достаточной психологической информацией – удача в общении.
6. Теплота, доброжелательность, возвышенность мыслежеланий всегда притягивают людей.

Вместе с тем обращаем внимание на голос. Так называемый «деловой» голос должен быть приятным, красивым, но, в то же время, уверенным, а также, главное, быть поставленным. Над этим следует трудиться. Ни в словах, ни в поступках не должно быть суетливости. Это придаст дополнительный «бонус» имиджу.

Самопрезентация любого из нас может включать набор таких качеств, как коммуникабельность, способность к сопереживанию, к пониманию, самообладание, психоэнергетика, заключающаяся в радости устремлений, в духовном порыве, возвышенности мыслей, волевой силе, а также излучение флюид, что характерно для блеска глаз, улыбки, интонации голоса, манерности поведения,

жестикуляции.

Представим «карту качеств», необходимых для успешного имиджа любого руководителя (рисунок 4), на котором, как видим, профессионализм, эрудиция и воспитанность главенствуют среди других качеств, а все потому, что именно они влияют на успешную демонстрацию остальных качеств. Так помогает руководителю изначально не вмешиваться в выяснение отношений в других подразделениях, эрудиция – справедливо поощрять сотрудников, а профессионализм – грамотно их вовлечь в процесс управления.

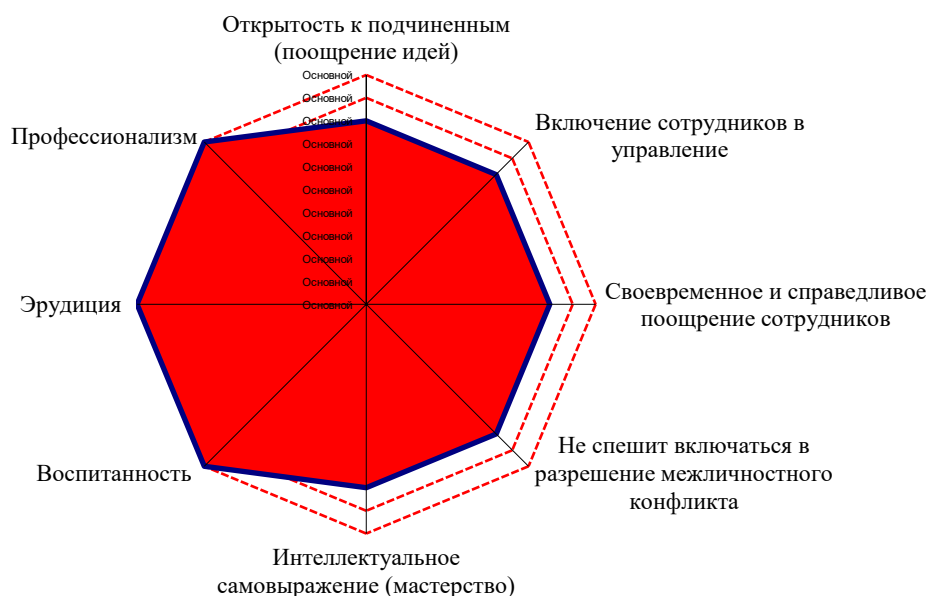


Рисунок 4 – Набор ключевых качеств руководителя для формирования положительного имиджа

Бренд и имидж: сходство и различие

Сегодня очень много говорят о личном бренде. Бренд очень похож на имидж. Правда, первый используется в совокупности с понятием «корпоративный бренд». Руководитель является олицетворением своей компании. Личный бренд должен соответствовать подлинной сущности [2]. Тогда он работает. Руководителю следует быть цельной и гармоничной фигурой, и в этом случае его ожидает успех. Созданный имидж должен соответствовать ему, а он – бренду, пропагандируемым им ценностям. Личный бренд составляет индивидуальность, достоинства, то, чем выделяется от остальных, в чём преуспевает. Его имидж –

это та роль, которую от него ждут в определённых кругах, а его бренд – это то, чем выделяется, его уникальность и неповторимость. Так он создаст устойчивый образ. С помощью имиджа можно влиять на восприятие. А с помощью бренда – на закрепление своего образа в мыслях других людей.

Чтобы о руководителе начали говорить, как о брендовой личности, следует определить целевую аудиторию. Для этого руководитель составляет список личностей, которым полезно знать о нём и ищет способы для сведения себя с ними.

Формирование имиджа в социальных сетях

Вернувшись к вопросу об имидже, не забываем, что не только в ходе общения производится его демонстрация руководителем, но и в социальных сетях. Обращаем внимание на выставляемые фотографии, особенно в профиле. Помним, что окружающие ждут поведения, соответствующего занимаемой должности руководителя.

Автор статьи о создании имиджа профессионала в социальных сетях рекомендует распределять публикуемые посты на странице в социальной сети ниже представленным образом (рисунок 5). В таком случае руководитель предстанет и успешным профессионалом, и живым человеком со своими интересами [3].

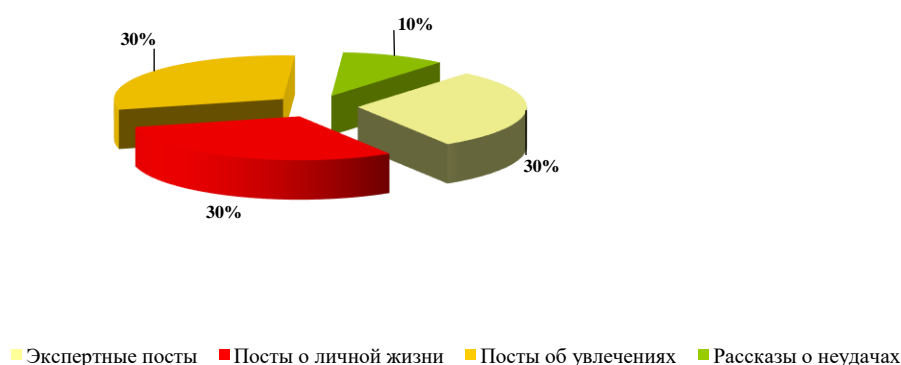


Рисунок 5 – Размещение руководителем информации в социальных сетях

Автор другой статьи советует распределять информацию в социальных сетях в соотношении 70:30 (рисунок 6) [4].

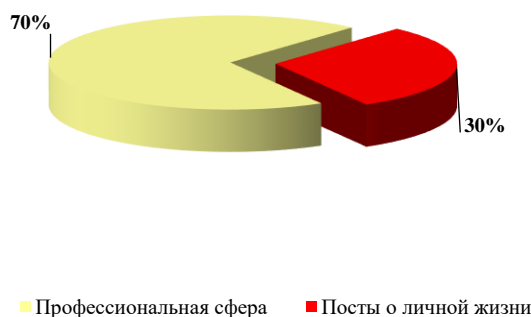


Рисунок 6 – Соотношение размещаемой руководителем информации в социальных сетях

Дополнительно стоит отметить, что наименование адреса электронной почты также необходимо присвоить, наибольшим образом, отражающим наименование сферы, организации профессиональной деятельности.

Создаваемый образ надёжного человека и профессионала должен быть осуществлён руководителем путём правильного позиционирования себя в Интернете, а именно через приведение аккаунтов в соответствии с образом, который он планирует транслировать окружающим. Привязка образа должна быть к той сфере, в которой руководитель осуществляет свою профессиональную деятельность, в которой является экспертом. Необходимо не допускать компрометирующих фотографий, показывать слабости, которым могут манипулировать, и, кроме того, всегда быть собранным на любого рода мероприятиях.

Помним, что имидж руководитель создает своим поведением, внешним видом, которые демонстрируются обществу как напрямую, так и через инструменты, например, социальных сетей. Бренд возникает при добавлении к имиджу частицу своей уникальности. Поэтому эти понятия так близки.

Дополнительные инструменты имиджа

Далее рассмотрим, что ещё необходимо руководителю для создания нужного образа. Для этого понадобится вооружиться высокой мотивацией и самодисциплиной. Итак, необходимы: источник жизненной силы, в качестве которого может выступать собственное детальное видение, для поддержания здоровья - физические упражнения с выбором конкретного вида спорта, занятия

хобби. Эти составляющие дадут результаты в виде стрессоустойчивости, умения держать удар, высокой работоспособности и магнетизма.

Дресс-код для имиджа

Итак, имидж руководителя составляет не только определённый набор качеств, за счёт которых он формирует своё окружение, но и внешний вид. В этом вопросе определяющим условием является адаптация имиджа руководителя к своей сфере деятельности. В таблице 1 представлены универсальные требования к внешнему виду руководителя.

Таблица 1 – Особенности делового дресс-кода руководителя

| Атрибуты внешнего вида | Мужчины | Женщины |
|------------------------------------|---|--|
| <i>Количество слоёв одежды</i> | Более 2-х (тонкая рубашка, затем майка или рубашка, а сверху пиджак, кофта, жилет или шарф) | Более 2-х |
| <i>Одежда</i> | Рубашка и брюки, обычно костюм | Тёмное платье рубашечного покроя, костюм (с юбкой, брюками) со светлой блузкой и шейным платком |
| <i>Цветовая гамма</i> | Серый (серо-синий, серо-коричневый, серо-кофейный, серо-бордовый, серо-оливковый, серо-бежевый, серо-зелёный), тёмно-синий, шоколадный и бежевый | Тёмно-синий, серый, чёрный, шоколадный, бежевый; белая, голубая, бежевая, тёмно-синяя блузки; светлый верх, темный низ и наоборот; серый (серо-синий, серо-коричневый, серо-кофейный, серо-бордовый, серо-оливковый, серо-бежевый, серо-зелёный); в небольшом кол-ве красный, фиолетовый, изумрудный, персиковый, розовый и бордовый |
| <i>Фактура ткани</i> | Матовое: шерсть, кашемир, шерсть с лавсаном или лайкрой, шёлк матовый, атлас матовый, хлопок, трикотаж матовый, джерси | |
| <i>Количественный набор одежды</i> | 10 рубашек, 20 галстуков; 1 превосходный, 1 отличный и 2-3 повседневных костюма | 2-3 блузы, 2 водолазки, несколько топов; 1 превосходный, 1 отличный и 2-3 повседневных костюма |
| <i>Сумка</i> | Барсетки, портфели из кожи | Больших размеров строгой формы |
| <i>Аксессуары</i> | Аккуратность, дозировка, качественные и современные (часы, гаджет); образ: галстук до уровня пряжки ремня с современным узлом, обручальное кольцо, часы | Аккуратность, дозировка, качественные и современные (дорогие украшения (бусы/ небольшая брошь/ тонкие золотые цепочки - среднего размера) и обручальное кольцо), шарф, гаджет); образ: часы, обручальное кольцо, кулон (нить бус), серьги; круглые, овальные или прямоугольно-овальные камни |
| <i>Обувь</i> | Совпадать по цвету с брюками | Совпадать по цвету с брюками (юбкой), высота каблука: 4-6 см |

| | | |
|--------------------------|--|--|
| <i>Колени</i> | Закрты | Закрты |
| <i>Татуировки, бренд</i> | Не демонстрировать (кроме твор. деят.) | Не демонстрировать (кроме твор. деят.) |

Т. е. деловой дресс-код необходим руководителю в целях представления своей личности с т.зр. стабильности, убедительности, авторитета. Необходимо помнить о стиле и моде, но в разумных пределах, конечно. Придавая внешнему виду индивидуальности с помощью сочетания оттенков цветов, уникального декора и аксессуаров, которые идут конкретному руководителю, делаем личность стильной. Следуя модным тенденциям, учтём современность, осведомлённость, прогрессивность и адекватность [5].

Выводы

Итак, имидж руководителю придают его качества, его внешний вид. Имидж становится брендом в случае отражения в нём своей уникальности. Соответствие образа ожиданиям людей с разумной способностью их удивления позволяет руководителю быть успешным в своём деле.

Список литературы

1. Душенкина Е. Корпоративный имидж: теория практики // Корпоративная имиджеология: науч.-практ. журн. 21.07.2008. URL: http://www.ci-journal.ru/article/201/200803corporate_image.
2. Личный бренд: на что опираться, чтобы стать успешным // Генеральный директор: перс. журн. рук. 01.10.2016. URL: <https://www.gd.ru/articles/4061-lichnyu-brend>.
3. Имидж профессионала: как его создать в соцсетях // Генеральный директор: перс. журн. рук. 09.01.2017. URL: <https://www.gd.ru/articles/8979-qqq-17-m1-09-01-2017-imidj-v-sotssetyah>.
4. Как создать себе имидж надежного человека и успешного руководителя // Генеральный директор: перс. журн. рук. 19.10.2015. URL: <https://www.gd.ru/articles/8153-kak-sozdat-sebe-imidj>. 4

5. Деловой дресс-код: формула стиля для руководителей // Генеральный директор: перс. журн. рук. 11.12.2014. URL: <https://www.gd.ru/articles/3805-dress-kod-na-rabote>.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 658.78

К ВОПРОСУ МОДЕЛИРОВАНИЯ РАБОТЫ СКЛАДА И СКЛАДСКИХ ПРОЦЕССОВ

Катун Евгений Сергеевич

старший научный сотрудник

Научно-исследовательский институт (военно-системных исследований

МТО ВС РФ), г. Санкт-Петербург

***Аннотация:** расчет оптимальных параметров склада- основной процесс при разработке проекта. Математическое моделирование позволяет на стадии проектирования исключить массу ошибок, что в дальнейшем существенно влияет на оптимизацию работы склада.*

The calculation of the optimal parameters of the warehouse is the main process in the development of the project. Mathematical modeling allows to exclude a lot of errors at the design stage, which in the future significantly affects the optimization of the warehouse.

***Ключевые слова:** склад, математическое моделирование, модель*

***Keywords:** warehouse, mathematical modeling, model*

Склады для хранения продукции, товаров, имущества и т. п. являются одним из основных элементов логистической системы предприятия или организации. Под обобщенным пониманием складом называют комплекс зданий (помещений), предназначенных для обеспечения сохранности материально ценных грузов, а также для оказания складских услуг. В системе логистики на склад возлагается функция аккумуляции резервов материальных ресурсов.

Эффективность всей системы, в которую интегрирована система складской логистики, зависит от множества факторов и показателей, которые и определяют ее эффективность в целом. Не вызывает сомнения тот факт, что эффективность складской логистики вносит огромное значение в эффективность работы организации в целом, а в зависимости от вида деятельности предприятия или организации - порой ключевое значение.

Планирование склада является ключевым этапом в этом процессе. Ошибки, которые могут быть допущены при планировании, способны привести к невозможности эффективного использования склада и существенным финансовым потерям компании. Оптимизация и организация работы склада является не менее важной задачей.

Создание компьютерной модели склада позволяет выбрать лучшую планировку складского помещения, внести необходимые изменения в проект, оптимизировать количество персонала и политики комплектования заказов не прерывая работу реального склада [1].

Используя моделирование возможно выполнять серии компьютерных экспериментов с моделируемой системой, не нарушая и не прерывая текущие технологические операции на существующем складе, а также проверять различные сценарии работы проектируемого склада до начала его эксплуатации.

Постановка задач и их решение.

1. Разработка математических моделей параметров склада. Для определения ёмкости склада используют математическое ожидание случайной величины запасов грузов, при этом строят распределение случайной величины складских запасов

2. Ёмкость склада определяют как математическое ожидание возможных величин складских запасов

3. Определяют вместимость склада – т. е. количество грузов, одновременно размещенных в зоне хранения склада (т, м³, шт.) [2].

Различают общую, полезную и дополнительную площадь склада.

Общая площадь – это площадь всего складского помещения. Она определяется по полезной площади (площадь складирования), т.е. площадь, занятая непосредственно под хранимым материалом (стеллажами, штабелями, закромами, бункерами и другими приспособлениями для хранения материалов); вспомогательная площадь – это площадь, занятая приемочными и отпускными площадками (зоны приемки и выдачи материалов);

служебная площадь — это площадь, занятая конторскими, бытовыми и другими служебными помещениями [3];

При планировании функционала склада учитывается:

- грузооборот склада;
- грузооборот склада относительный (приведённый);
- нормативная вместимость склада;
- коэффициент загрузки склада;
- коэффициент использования грузового объёма;
- коэффициент использования площади склада.

Величина удельной нагрузки ограничивается как характеристиками склада, так и характеристиками груза: прочностью одежды складской площадки, межэтажного перекрытия складского здания, прочностью тары и упаковки штучных грузов, недопустимостью раздавливания некоторых насыпных грузов в нижних слоях штабелей (например, кокса).

Полезная площадь складов навалочных грузов с помощью удельных нагрузок легко определяется, если они хранятся в закромах с вертикальными стенками. Если же они размещаются в штабелях, то нужно учитывать углы естественного откоса и конфигурацию штабеля в плане. В этом случае предпочтителен метод технологической компоновки.

В приближенных расчетах общая площадь складов $F_{общ}$ может определяться в зависимости от полезной площади $f_{пол}$ через коэффициент использования α .

Под коэффициентом α понимают отношение полезной площади склада к

общей его площади. Значение величины α всегда меньше единицы [4].

Исходя из полученных данных следующая ступень разработки склада – использование программ имитационного моделирования. С их помощью можно спроектировать виртуальный склад с входными параметрами.

Преимуществом имитационного моделирования возможность выполнять серии компьютерных экспериментов с моделируемой системой, не нарушая и не прерывая текущие технологические операции на существующем складе, а также проверять различные сценарии работы проектируемого склада до начала его эксплуатации. Одной из таких программ является программа AnyLogic.

Применяя математическое моделирование, на начальной стадии проектировки можно выявить недостатки проекта, вычислить нужную площадь помещений, количество работников склада, погрузо-разгрузочных механизмов [5]. Также благодаря расчётам можно вычислить количество поставляемого груза и сколько потребуется времени и персонала, чтобы его разместить в зоне хранения или же отгрузить для розничной торговли.

Список литературы

1. Карташов А. Л. Использование среды имитационного моделирования ANYLOGIC для разработки модели автоматизированного склада // В сборнике: Автоматизация: проблемы, идеи, решения материалы международной научно-технической конференции. 2015. С. 71-73.

2. Шкурин С. С., Барсагаев С. В., Кукарцев В. В. Моделирование транспортно-логистической системы с использованием среды ANYLOGIC. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=22868151>.

3. Хашев А. И. Имитационное моделирование в логистике с использованием ANYLOGIC. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25383104> [Электронный ресурс].

4. Ланцев Е. А., Доррер М. Г. Имитационное моделирование бизнес-процессов склада с применением агентного подхода. Режим доступа:

<https://elibrary.ru/item.asp?id=19035891>.

5. Якунин Н. Н., Сучкова О. А., Янучков М. Р. Математическое имитационное моделирование параметров склада. Наука сегодня: глобальные вызовы и механизмы развития: материалы международной научно-практической конференции, г. Вологда, 24 апреля 2019 г. – Вологда: ООО «Маркер», 2019. – 70 с.

УДК 338.24

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА, ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Киселева Анна Михайловна

студентка

Передних Л. В.

старший преподаватель Департамента менеджмента

Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва

***Аннотация:** в статье рассматриваются теоретические аспекты цифровой экономики, ее актуальность в современном мире и значение для современных организаций, а также перспективы развития цифровой экономики в РФ.*

***Ключевые слова:** цифровая экономика, цифровые технологии, инновации, информационная инфраструктура и безопасность, цифровое государство.*

***Annotation:** the article discusses the theoretical aspects of the digital economy, its relevance in the modern world and the importance for modern organizations, as well as the prospects for the development of the digital economy in the Russian Federation.*

***Keywords:** digital economy, digital technologies, innovations, information*

infrastructure and security, digital state.

В 21 веке довольно стремительно развивается такое социально-экономическое явление, как цифровая экономика. Это обуславливается тем, что происходит усложнение социальных структур и отношений, базой которых в современном мире становятся цифровые технологии.

Значимость информационных потоков для социально-экономической системы достаточно велика. Ее теоретическое осмысление присуще концепциям информационного общества. Изменения в производственных процессах, переориентация производства с создания материальных благ на предоставление услуг, глобализация экономики отмечаются теоретиками цифрового общества в качестве наиболее фундаментальных признаков нового типа общества, вызванного информатизацией [4]. В свою очередь, цифровая экономика – это современный тип хозяйствования, характеризующийся преобладающей ролью данных и методов управления ими как определяющего ресурса в сфере производства, распределения, обмена и потребления [3]. Производство цифровых товаров и оказание услуг являются основой цифровой экономики, которая напрямую связана с цифровыми технологиями. Масштаб данного явления достаточно велик, так как цифровая экономика охватывает большой спектр различных сфер жизнедеятельности в современном мире. Например, цифровая экономика играет важную роль в инновациях, цифровой инфраструктуре, развитии коммуникационных сетей, что, в свою очередь, становится неотъемлемыми элементами современного общества.

Цифровая экономика как явление возникновения новых возможностей несет, естественно, положительный характер для общества. Существует множество плюсов внедрения цифровой экономики: рост производительности труда, повышение конкурентоспособности компаний, снижение издержек производства, создание новых рабочих мест, преодоление бедности и социального неравенства [6]. Таким образом, цифровая экономика расширяет возможности как обычного пользователя, так и системы рыночных отношений.

Особенно большое значение цифровая экономика имеет для фирм, крупных коммерческих организаций, так как использование современной вычислительной техники, программного обеспечения и наличие квалифицированных кадров – это те аспекты, которые позволяют увеличивать конкурентоспособность фирмы путем инвестирования в развитие цифровой экономики. В настоящее время ведущими компаниями в мире являются компании цифрового сектора, так как они обеспечивают экономику цифровыми ресурсами, что представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Рейтинг ведущих компаний мира производящих и использующих информационных технологий [5]

| Компания | Основная сфера деятельности | Капитализация, \$ |
|--------------------|--|-------------------|
| Apple | Производство электроники и информационных технологий | 904,61 млрд. |
| Alphabet | Интернет-сервис | 782,68 млрд. |
| Microsoft | Разработка программного обеспечения | 681,58 млрд. |
| Amazon | Торговля в интернете | 628,78 млрд. |
| Berkshire Hathaway | Страхование, финансы | 518,55 млрд. |
| Facebook | Интернет-сервис | 518,37 млрд. |

Из-за внедрения новых форм управления бизнесом, которые основываются на коллективных принципах производства и потребления, требуются подходы к решению поставленных задач в управлении фирмой. Такие изменения влекут за собой изменения во всей экономике в принципе. Например, количество транзакций на долю розничной торговли в интернете увеличивается каждый год практически в геометрической прогрессии. В связи с данными изменениями многие страны мира пытаются решить такие проблемы, как безработица, бедность, деградация окружающей среды путем развития цифровой экономики, так как ее преимущества способствуют развитию эффективного общественного сектора и развитию инновационных предприятий.

О значимости развития сектора цифровой экономики все чаще заявляется и в России: Правительством РФ в 2017 году была разработана и утверждена программа по созданию условий для перехода страны к цифровой экономике. Данная программа определяла цели и задачи в рамках пяти основных направлений:

кадры и образование, информационная инфраструктура, формирование исследовательских компетенций и технологических заделов, нормативное регулирование и информационная безопасность [2]. Для того чтобы программа приобрела статус национальной, президент Владимир Путин в мае 2018 года поручил правительству скорректировать ее. В итоге программа включила в себя семь федеральных проектов, что представлено в таблице 2. Данные проекты охватывают достаточно большой спектр целей и задач, планируемых реализовать к 2024 году. Таким образом, Правительство РФ предполагает внедрение и развитие цифровых технологий во всех сферах жизнедеятельности общества.

Таблица 2 – Структура национального проекта по развитию цифровой экономики [1]

| № п/п | Наименование федерального проекта | Сроки реализации | Руководитель федерального проекта |
|-------|--|------------------|---|
| 1. | Нормативное регулирование цифровой среды | 31.12.2024 | Заместитель Министра экономического развития Российской Федерации |
| 2. | Информационная инфраструктура | 31.12.2024 | заместитель Министра цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации |
| 3. | Кадры для цифровой экономики | 31.12.2024 | статс- секретарь – заместитель Министра экономического развития Российской Федерации |
| 4. | Информационная безопасность | 31.12.2024 | заместитель Министра цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации |
| 5. | Цифровые технологии и проекты | 31.12.2024 | заместитель Министра цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации |
| 6. | Цифровое государственное управление | 31.12.2024 | заместитель Министра цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации |
| 7. | Экосистема поддержки проектов цифровой экономики | 31.12.2024 | заместитель Министра цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации |

Таким образом, можно сделать вывод, что цифровая экономика стремительно развивается и для её планомерного внедрения и развития в Российской Федерации создана вся необходимая структурная база. Бесспорным является тот факт, что внедрение и совершенствование цифровых технологий позволит модернизировать все сферы жизнедеятельности общества, расширит возможности для большинства предприятий и даст абсолютно новый вектор в развитии экономики страны.

Тем не менее, вовлечение цифровой экономики несет ряд минусов для общества. Выделяют такие риски данного явления, как киберугрозы, «цифровое рабство» (использование личных данных в неправомерных целях), цифровой разрыв в образовании и условиях доступа к цифровым ресурсам [6]. Однако, каждому новому явлению свойственны определенные риски, которые, скорее всего, незначительно влияют на его стремительное развитие. И по мере проникновения цифровой экономики во все сферы человеческой деятельности указанные риски будут снижаться за счёт разработки и внедрения новых программ, обеспечивающих цифровую безопасность.

Список литературы

1. Паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» / 2018. Режим доступа: <https://goo-gl.ru/4Cg3>
2. Программа «Цифровая экономика, Россия 2024» / Режим доступа: <https://data-economy.ru/2024>
3. Семячков К. А. Цифровая экономика и ее роль в управлении современными социально-экономическими отношениями // Современные технологии управления. ISSN 2226-9339. – №8 (80), 8001, 2017. Режим доступа: <https://sovman.ru/article/8001/>
4. Ставцева Т. И. Место и роль информационных ресурсов в современной экономике // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2010. № 3-1. С. 37-44.

5. Топ самых дорогих компаний мира. // 2018. Режим доступа:
<https://sharkfx.ru/top-10-samyx-dorogix-kompanij-mira-v-2017-godu>.

6. Что такое цифровая экономика? // 2017. Режим доступа:
<http://fingramota.org/teoriya-finansov/item/2198-chto-takoe-tsifrovaya-ekonomika>.

УДК 338.242

ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Пахомова Юлия Владимировна

кандидат экономических наук

доцент кафедры инженерной экономики

ФГБОУ ВО Воронежский государственный технический университет

***Аннотация:** устойчивым развитием инновационного предприятия является принятие стратегических моделей деятельности, включающих потребности предприятий и его заинтересованных сторон, которыми являются акционеры, кредиторы, сотрудники и поставщики. Цифровизация предприятия включает наличие конкурентных преимуществ производителей, использующих информационные процессы.*

***Ключевые слова:** предприятие, информационные процессы, конкурентоспособность, цифровая экономика*

***Abstract:** sustainable development of an innovative enterprise is the adoption of strategic business models that include the needs of enterprises and its stakeholders, which are shareholders, creditors, employees and suppliers. Digitalization of the enterprise includes the presence of competitive advantages of manufacturers using information processes.*

Keywords: *enterprise, information processes, competitiveness, digital economy.*

Обеспечение конкурентоспособности современных предприятий является главной задачей, требующей нового подхода к организационным аспектам менеджмента по обеспечению устойчивого развития. Управление устойчивым развитием позволяет определить высокоэффективное решение, направленное на систему непрерывной и успешной деятельности в течение продолжительного периода времени.

Совершенствование интеллектуальных составляющих вызывает необходимость создания перечня мероприятий, которыми являются:

1) Целостная система в обучении персонала и повышения его квалификации:

- концепция и утверждение систем обучения на предприятии;
- система регулярных оценок или аттестаций сотрудников;
- создание корпоративной системы;

2) Система мотивации и стимулирования персонала:

- выгодные предложения по кредитованию;
- специальные индивидуальные вознаграждения

3) Приверженность сотрудников своему предприятию:

- система премирования за верность предприятию, которой осуществляют награждение работника, проработавшего определенное количество времени на предприятии.

4) Сети коммуникационной активности и баз знаний:

- применение программы, управляющей информационной составляющей и обеспечивающей работникам предприятия доступ к коллективному ноу - хау.

5) Капитал отношений:

- эффективная система коммуникационной составляющей с поставщиками и партнерами для установления отношений с ними и привлечения новых постоянных клиентов;

- создание альянсов с конкурентами или потребителями.

6) Индивидуальный подход к потребителям и наиболее подходящие условия кредитования;

7) Инновационная деятельность предприятия и процесс, включающий коллективное обсуждение наиболее значимых проблемных ситуаций и поиск их решений.

8) Инвестиционная деятельность и выделение средств в интеллектуальный потенциал новаторов.

Инвестиционные средства в интеллектуальную деятельность и капитальные вложения обладают высокой степенью риска и способны приносить наибольшую сумму дохода по сравнению с инвестиционными вложениями в материальные объекты. Инвестиционная деятельность создает мотивационные составляющие развития предприятия.

Межрегиональные и межгосударственные связи получают стимулирование развития вследствие применения инструментов менеджмента для повышения привлекательности региона, в частности, для регионального рынка услуг.

Интеграция в экономику мира требует от регионов РФ активной конкуренции инвестиционных ресурсов, способной привести к модернизации экономики, увеличению конкурентных преимуществ.

Вследствие этого региональные социально-экономические системы ставят задачу использовать новаторскую инвестиционную политику, сочетающую требования кредиторов на уровне региона и федерации.

Эффективный и комплексный инвестиционный резерв, которым является иностранный капитал, рассматривается в качестве финансового источника, способствует развитию технических, технологических, интеллектуальных возможностей, а также управленческого менеджмента [2].

Основными принципами системы менеджмента, используемыми в управленческой деятельности рынка услуг, являются:

- потребитель – основное звено в системе, когда необходимо сочетать тактические и стратегические подходы к удовлетворению его требований, с учетом

одновременного, целенаправленного воздействия на них;

- использование системного подхода, согласно которому необходимо учитывать взаимосвязь и взаимозависимость происходящих процессов и явлений;
- долгосрочное планирование, с определением целей на определенный период, прогнозирование;
- результат деятельности и осуществление контроля.

Инвестиционная привлекательность предприятий как особое направление системы управления развитием регионального рынка услуг, показывает, насколько вероятно привлечение денежных средств в региональную экономику. Повышая инвестиционную привлекательность, можно увеличить и поступление денежных средств, и конкурентные преимущества рынка услуг.

Инвестиционная привлекательность на рынке услуг характеризуется объемом инвестиционной деятельности, ценами товаров и услуг, объемом потребления, издержками предприятия, динамикой привлечения денежных средств.

Таким образом, система менеджмента предприятия предполагает наличие необходимого условия, такого как непрерывное развитие инфраструктуры, включающей такие составляющие, как отрасли и службы, позволяющие обеспечить взаимодействие производителей и потребителей.

Список литературы

1. Инвестиции: системный анализ и управления/ Под ред. К. В. Балдина. - М: ИТК «Дашков и К», 2012.
2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. — М.: ИНФРА-М, 2000.

УДК 330

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ: ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ И ПОРЯДОК РЕАЛИЗАЦИИ

Сурмалян Карине Арутюновна

студентка

Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

***Аннотация:** в статье описываются основные этапы создания бизнес-плана и современный порядок, и способы реализации и осуществления бизнес-планирования.*

***Ключевые слова:** этапы, цели, планирование, бизнес, предпринимательская деятельность, организация, хозяйствующий субъект, бизнес-план.*

В современной рыночной экономике постоянно функционирующим и действующим ядром, применяемым во всех отраслях предпринимательства, является бизнес-план. С одной стороны, будучи основной частью стратегического планирования, он позволяет описать процесс функционирования компании и помогает ей развиваться, расширять рыночные позиции, улучшать процесс производства и, в целом, строить перспективные планы роста фирмы и определять наиболее подходящие способы их реализации. А с другой стороны, бизнес-план является важнейшим инструментом, дающим возможность кратко и доступно охарактеризовать новую бизнес-идею, рассмотреть всевозможные варианты ситуаций и уже затем оценить наилучший результат и выбрать средство его достижения.

Соединив обе позиции воедино, можно прийти к выводу, что бизнес-план представляет собой комплексный документ, содержащий все основные аспекты

деятельности и позволяющий оценить инвестиционную привлекательность проекта. При этом, всех пользователей можно разделить на две основные группы: внутренние (создатель бизнес-идеи, учредители и сотрудники) и внешние (инвесторы, партнеры, кредиторы).

В качестве главных целей создания бизнес-плана можно выделить следующие [2]:

1. Планирование деятельности компании на краткосрочный или долгосрочный период.
2. Характеристика инвестиционного проекта для потенциального инвестора.
3. Источник информации для сотрудников, задействованных непосредственно в реализации проекта.
4. Источник информации для кредитора о бизнесе заемщика при рассмотрении вопроса о выдаче кредита.

К основным видам бизнес-плана можно отнести:

- 1) бизнес-план инвестиций – описание для возможного инвестора результатов маркетингового анализа, формулирование стратегии выхода на рынок и изложение всех потенциальных результатов;
- 2) бизнес-план развития компании или фирмы – планирование развития предприятия на ближайший и отдаленный периоды;
- 3) бизнес-план создания или продвижения отдельного подразделения организации;
- 4) бизнес-план для выигрыша тендера или приобретения кредита.

Важно отметить, что бизнес-план обязан соответствовать ряду требований:

- 1) доступность и простота речи с применением кратких и четких лексических конструкций;
- 2) объем не более 20-25 машинописных страниц;
- 3) всеобъемлющий характер, т. е. отображение всей имеющейся информации о проекте, необходимой инвестору для анализа и принятия решения;

- 4) обоснованность и реальность всех изложенных фактов;
- 5) завершенный характер, проявляющийся в формировании конечной стратегии по достижению всех целей и задач;
- 6) системность, выражающаяся в наличии обязательных производственных, маркетинговых, организационных и финансовых компонентов;
- 7) перспективность, позволяющая использовать бизнес-план для дальнейшей разработок и модернизаций;
- 8) гибкость, позволяющая вносить поправки;
- 9) четкие данные по поводу графиков работ, сроков и показателей.

Важно отметить, что сама разработка проекта осуществляется в несколько этапов [3]:

1. Подготовительный этап.

Включает в себя основные цели и задачи написания плана, составителей каждого раздела, сроки, бюджет, необходимость вовлечения специалистов извне.

Данный этап можно разбить на последовательные шаги:

- 1) формирование целей создания проекта;
- 2) выявление источников данных;
- 3) определение и поиск потенциальных читателей;
- 4) создание общей структуры плана.

2. Этап разработки бизнес-плана по разделам.

Заключается в составлении каждой части и последующем сведении их воедино. Этап состоит из двух основных шагов:

- 1) сбор информации – источниками могут являться научные статьи, Интернет-ресурсы, отчеты правительства, данные отраслевых ассоциаций;
- 2) создание бизнес-плана – целесообразно осуществлять при непосредственном участии его исполнителей.

3. Этап обсуждения бизнес-плана.

Руководители, начальники подразделений, приглашенные специалисты и

составители разделов изучают и обсуждают проект, внося корректировки и, наконец, принимая заключительное постановление либо о последующей доработке, либо о написании нового варианта.

4. Заключительный этап.

Включает в себя конечное исправление бизнес-плана, его утверждение и распространение потенциальным инвесторам и другим заинтересованным лицам.

Не менее значимой стадией в жизни бизнес-проекта является его реализация, которая подразделяется на ряд основных этапов [1]:

1. Формирование команды реализации плана. Предприятие либо самостоятельно назначает команду из своих высококвалифицированных сотрудников, либо пользуется услугами профессионального специалиста, работающего в интересах инвестора. Основная задача команды – обеспечить гарантированную реализацию проекта в соответствии с бизнес-планом.

2. Создание фирмы в соответствии с юридическими нормами. Этот этап необходим в том случае, если происходит формирование совершенно нового бизнеса или же реализация идеи невозможна в рамках уже существующего предприятия.

3. Финансирование. После принятия решений о всех инвестиционных расходах и составлении их расписания, необходимо начать финансирование проекта в полном соответствии с заранее прописанными требованиями в плане.

4. Кадровое пополнение. По мере углубления процесса реализации проекта начинается привлечение трудовых ресурсов различного профиля. Оно может сопровождаться процессом обучения.

5. Приобретение технологии. Это главный компонент в реализации проекта, при работе с которым можно столкнуться с рядом юридических, технических и финансовых проблем, таких как получение права на патент, эксплуатационные ограничения и т. д.

6. Детализированный инжиниринг. Конечная планировка компании и

дизайн требуют привлечения значительного числа инженеров, дизайнеров, архитекторов, работа которых должна эффективно координироваться. При этом, вся техническая документация обязана быть у команды реализации задолго до начала строительства.

7. Переговоры и заключения контрактов по поводу приобретения нужного оборудования.

8. Приобретение или аренда земли. Важно отметить, что необходимо составить полный план по поводу использования каждого квадратного метра площади. При этом следует предусмотреть наличие подходящего входа на территорию участка и подготовить дороги для интенсивных транспортных движений во время строительства.

9. Установка оборудования, которая возможна только после утверждения конечного макета фирмы, получения земли и решения всех вопросов с местными властями по поводу получения необходимых разрешений.

10. Сырье и обслуживание. Важным этапом процесса реализации проекта является поиск и заключение договоров с поставщиками сырья и запасных частей оборудования. При этом необходимо составить эффективный график поставок.

11. Пред производственный маркетинг. Он включает в себя рекламу, подготовку продавцов, формирование сети сбыта и закупку необходимого оборудования по продаже продукции.

Таким образом, бизнес-план является лицом проекта предприятия при переговорах с потенциальными инвесторами, банкирами и партнерами. При этом его составление проходит в несколько этапов: подготовительный, разработка бизнес-плана по разделам, обсуждение и заключительный этап – после чего начинается непосредственно сама реализация, представляющая собой длительный и достаточно трудоемкий процесс.

Список литературы

1. Бапдарь В.И., Москва: Издательство Юрайт, 2015. С. 345.

2. Любанова Е.В., Москва: Издательство Юрайт, 2016. С. 37.
3. Маркова Ю.А., Москва: Издательство Юрайт, 2012. С. 179.

ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 004

РАЗВИТИЕ И ПРОГРЕСС В ОТРАСЛИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ И ДИЗАЙНА ИНТЕРФЕЙСОВ

Ермаков Николай Денисович

бакалавр

Угрюмов Владислав Валерьевич

бакалавр

Агамалян Артём Толикович

бакалавр

ЛЭТИ, г. Санкт-Петербург

***Аннотация:** эта тема очень волнительна и важна. Сотрудники растут, становятся опытнее, но иногда перестают обращать внимание на постоянное развитие и образование, ведь регулярный доход и работа совершенно тормозят желание и необходимости двигаться дальше.*

***Ключевые слова:** дизайн, развитие, интерфейсы, продвижение, карьера, персональный рост.*

***Annotation:** this topic is very exciting and important. Employees are constantly working to strive for further development.*

***Keywords:** design, development, interfaces, promotion, career, personal growth.*

Для чего люди учатся, проходят тяжелую школу жизни, получают знания в университете, а может и получают по два-три высших образования? Чтобы оставаться современным, не устаревать и оставаться в современной отрасли, двигаться вперед, в ногу со временем.

Когда люди учатся в университете, самый главный и острый вопрос – насколько я буду современен и востребован на рынке труда? И ведь действительно, зачем учиться, тратить личное время, финансы и силы, а потом просто идти работать в совершенно другое направление?

В нашем случае, достаточно важно понимать и поделиться знаниями, личным опытом, как, получая параллельно образование, работая на работе, оставаться современным в профессии, идти в ногу со временем и иметь авторитетное мнение в отрасли работы. Безусловно, одно дело устроиться на работу, а другое дело быть в ней успешным, иметь личное мнение и быть на ней авторитетом.

Давайте, в первую очередь, рассмотрим пути проектирования интерфейсов и то, через что проходит дизайнер и проектировщик в процессе работы:

Для решения проектной задачи существует определенный план творческого процесса дизайнера:

- 1) Возникновение замысла и постановка задачи;
- 2) Сбор и накопление материала, определение творческого источника. Решая определенную задачу, дизайнер всегда стоит перед проблемой выбора средств, способных наиболее плотно и точно выразить его идею. Процесс творчества связан не только с эмоциональным чувством, но и со способностью абстрагирующего мышления человека.
- 3) Концентрирование усилий, интенсивная работа, использование различных методов эвристики и проектирования;
- 4) Перерыв и время на осмысление;
- 5) Подход со свежим взглядом - получение окончательного оптимального решения;
- 6) Внесение финальных правок и подготовка материала для отдачи.

На всех этапах проектирования теоретическая и практическая работа может строиться по единой проектной методике:

- осмысление проблемной ситуации;
- предпроектный анализ;

- определение принципов и средств решения задачи;
- формирование формального образа;
- анализ проектной ситуации;
- эскизный поиск принципиальных решений;
- проектная проработка [1].

На что стоит обратить особое внимание? Безусловно, все этапы важны, но также надо обратить особое внимание на последовательность, на сам алгоритм. Существуют исследования, которые показывают, что мозг человека работает по следующему принципу – если мы обдумываем какую-либо идею, далеко не факт, что мы сразу найдем оптимальный ответ, а порой, и вообще ответа можно не найти. Но стоит дать себе время, сформировать идею, запрос, отложить её в подсознание, как мозг в фоновом режиме будет трудиться над её решением. Также и здесь. В первую очередь, надо провести большую аналитическую работу – исследовать предметную область, сформировать видение и концепцию той отрасли, в которой поставлена задача трудиться. После проведенного анализа требуется переходить к формированию видения, основываясь, по большей части, на уже существующие проекты. Это один из важных этапов разработки. После этого – надо дать себе время. Полученное время будет с пользой потрачено на обдумывание концепции. Уже потом, мы переходим к созданию первых работ, прототипов, формированию первых реальных концепций. После первого этапа презентаций и правок – требуется снова взять время на обдумывание концепции, на то, чтобы осмотреть её со всех углов и уделить ей больше времени и сил. И далее этот процесс заикликивается до прихода в конечный этап. Ключевым моментом здесь является возможность дать себе отдых и время, на обдумывание.

Что получается в итоге? На этапе аналитики мы уже отсматриваем материал. Мы узнаем отрасль, современных конкурентов, просто существующих аналогов, мы ведем процесс изучения существующих решений и копируем этот опыт, эти материалы. Мы работаем как накопитель данных, который в общем со временем укладывает этот опыт к нам в мозг, формируя внутреннюю библиотеку,

пласт знаний, к которому мы будем обращаться в будущем. А что происходит дальше? Мы применяем полученные знания на практике и закрепляем их. Что у нас есть в итоге – это модель, формирующая правильный цикл усвоения материала и его закрепление.

Безусловно стоит отметить, что получение максимального эффекта возможно лишь при полном погружении в отрасль, знакомстве со всеми нюансами, основными игроками и получением реальных отзывов от крупных людей в отрасли. Посещение выставок, конференций и воркшопов – возможность регулярно освежать свои знания.

Интегрируя все этапы развития в свою жизнь – люди постоянно растут, постоянно изучают новые темы и так происходит накопление опыта и рост. В этом и есть главная задача на каждом этапе – не останавливаться, двигаться дальше, получать ценные знания и опыт и двигаться дальше.

Список литературы

1. Методы проектирования в дизайне. [Электронный ресурс]
- <https://mydocx.ru/10-71206.html>

УДК 691; 539.3

ПРОВЕРКА ПРОЧНОСТИ НА СМЯТИЕ ОБРАЗЦОВ НА ОСНОВЕ ЛИТОГО ШЛАКОВОГО ЩЕБНЯ

Стурова Виктория Андреевна

магистр

ФГБОУ ВО Липецкий государственный технический университет, г. Липецк

преподаватель

ГОБПОУ Липецкий машиностроительный колледж, г. Липецк

***Аннотация:** в статье представлены эмпирические зависимости для исследования бетонов при местном сжатии, а также проведена проверка прочности на смятие образцов на основе литого шлакового щебня, и представлена экспериментальная установка.*

The article presents empirical dependencies for the study of concrete under local compression, and also tested the crushing strength of samples based on molten slag rubble and presented an experimental setup.

***Ключевые слова:** сжатие, растяжение, шлаковый щебень, фракция, прочность.*

***Keywords:** compression, tension, slag crushed stone, fraction, strength.*

Проверка прочности на смятие получила большое значение с развитием предварительно напряженного железобетона при расчете бетона под анкерными колодками. Вместе с тем правильное определение прочности бетона на смятие не потеряло своей актуальности и при проектировании обычных конструкций.

В литературе и нормах есть указания по определению прочности на смятие, основанные на экспериментальных данных Графа, Баха и Баушингера.

Новых исследований поэтому вопросу за последнее время не проводилось, хотя после указанных работ прошло более 50 лет и технология бетона, и сам бетон претерпели большие изменения: повысились марки, изменились способы укладки и уплотнения, изменился цемент, появились новые виды бетонов.

В 1968 г. вышла работа [1], где приведено исследование при местном сжатии тяжелого бетона применительно к валковым и шарнирным опорным частям железобетонных мостов. Приняты три схемы загрузки: в виде полосы, с одной и двумя противоположных сторон, в виде центрально приложенного. К образцу штампа при разных размерах образцов. Прочность бетона при местном смятии определена как функция прочности; бетона на растяжение и геометрических размеров образца и штампа. Полученные эмпирические зависимости для приведенных выше схем загрузки соответственно имеют вид

$$P = 1,2hbR_p(2,3 + 5\beta) \quad (1)$$

$$P = 0,8haR_p(2,3 + 5\beta) \quad (2)$$

$$P = 0,4(2,5 - \alpha_1)hlR_p(2,3 + 5\beta) \quad (3)$$

где R_p — прочность бетона на растяжение; h — высота образцов; b — ширина образца, по которой приложен штамп в виде полосы; a — ширина образца;

$$\alpha_1 = \frac{h}{2a}; \beta = \frac{b}{a} \quad (4)$$

где b — ширина прикладываемого штампа.

Эти зависимости выведены на основании опытов и хорошо согласуются с ними. Однако, при смятии бетон находится в сложном напряженном состоянии и, помимо прочности на растяжение, существенную роль играет прочность на сжатие. Прочность на растяжение связана с прочностью на сжатие, но не линейно; с повышением R отношение $\frac{R_p}{R}$ падает, и поэтому обобщение по одной характеристике недостаточно точно отражает физическую картину напряженного состояния. Несмотря на это, указанные экспериментальные данные бесспорно интересны и учтены нами при анализе.

Экспериментальных данных по работе легкого бетона, особенно высоких марок, на смятие не существует. Между тем они необходимы в первую очередь для правильного проектирования конструкций из предварительно напряженного легкого железобетона.

Мной для сопоставления полученных данных в качестве эталонных были изготовлены образцы из тяжелого бетона. Смятие бетона создавалось при помощи металлических плит-штампов.

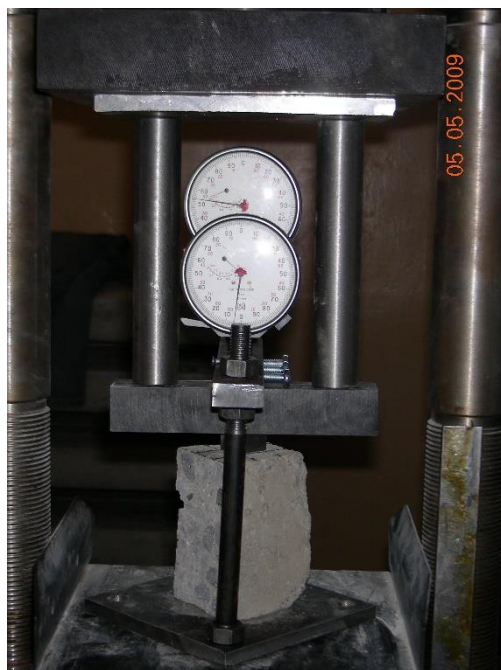


Рисунок 1. Схема испытания образца

В результате испытаний были получены зависимости, которые отражают сходимость экспериментальных результатов с аналитическими зависимостями.

Список литературы

1. Гладышев Б. М. Экспериментальные данные о работе бетона при местном сжатии. В сб.: «Водопроводные и канализационные сооружения», вып. VIII, Киев, 1968.

2. Бондарев, Б. А. Моделирование прочностных и деформативных свойств сталефиброшлакобетона при осевом растяжении и сжатии с учетом возраста бетона/ Б. А. Бондарев, Н. Н. Черноусов, В. А. Стурова// Научный вестник

Воронежского государственного архитектурно-строительного университета.
Строительство и архитектура. 2018. № 2 (50). С. 56–67.

3. Цискрели Г. Д., Пирадов А. Б., Кубанейшвили А. С, Т одр, и я О. М.
Исследования прочности легкого бетона на смятие. «Бетон и железобетон», 1970,
№ 6.

4. Черноусов, Н. Н. Изгибаемые сталефиброшлакобетонные элементы/ Н.
Н. Черноусов, Р. Н. Черноусов // Бетон и железобетон. – 2010. – №4. – С. 7–11.

МЕДИЦИНСКИЕ НАУКИ

УДК 004.6:61

СОВРЕМЕННЫЕ СИСТЕМЫ И СЕРВИСЫ: ТЕХНОЛОГИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В МЕДИЦИНЕ

Зелинский Сергей Сергеевич

кандидат педагогических наук

Назарян Диана Самвеловна

студентка

Удуд Елена Александровна

студентка

ЛГМУ им. Святителя Луки

***Аннотация:** современное информационное пространство лечебно-профилактического учреждения не только усложняется при помощи средств современных информационно-коммуникационных технологий, но и становится ближе к пациенту с внедрением современных систем и сервисов. Искусственный интеллект является популярным и перспективным направлением, которое способно коренным образом изменить качество жизни людей. Медицина это одна из сфер, где использование технологий искусственного интеллекта принесет ощутимую пользу в части постановки диагнозов, в профилактических мероприятиях, при операциях.*

The modern information space not only requires help but is also getting closer to the patient with the introduction of modern systems and services. Artificial intelligence is a popular and promising direction for changing the quality of life of people. The adoption of tangible benefits in terms of diagnosis, with preventive measures, with operations.

Ключевые слова: *искусственный интеллект, система, сервис, информационное пространство лечебно-профилактического учреждения.*

Key words: *artificial intelligence, system, service, information space of a medical institution.*

Наработки автора в области изучения информационно-коммуникационных технологий в медицине позволяют сделать вывод о сложности представления медицинских данных и необходимости использования высокопроизводительных технологий обработки разрозненных данных, например, искусственного интеллекта [1].

Искусственный интеллект - свойство интеллектуальных систем выполнять функции, которые традиционно считаются прерогативой человека; наука и технология создания интеллектуальных машин, особенно интеллектуальных компьютерных программ.

Как отмечают А. В. Понкин и А. И. Редькина: «искусственный интеллект – это искусственная сложная кибернетическая компьютерно-программно-аппаратная система с когнитивно-функциональной архитектурой и собственными или релевантно доступными вычислительными мощностями необходимых емкостей и быстродействия» [3]. С искусственным интеллектом связан комплекс родственных технологий и процессов, развивающихся качественно и стремительно, например: обработка текста на естественном языке, машинное обучение, экспертные системы, виртуальные агенты (чат-боты и виртуальные помощники), системы рекомендаций.

Относительно направления медицины, А. В. Покидова отмечает, что технологии искусственного интеллекта показывает высокую эффективность и востребованность [2]. «Умные» медицинские продукты, сервисы и процессы уже активно разрабатываются такими компаниями как: IBM, Google, Apple, Microsoft, General Electric и многими другими: по данным исследовательской компании Venture Scanner, их более 800.

Один из примеров интеллектуальных mHealth-решений является сервис Ada, представляющее собой мобильное приложение, которое задает вопросы, при этом, человек описывает симптомы заболевания. После этого система ищет в базе данных информацию о возникшей проблеме, дает рекомендации и при необходимости советует обратиться к конкретному врачу.

Набирает популярность и генетический анализ. Например, сервис Sophia Genetics на базе анализа ДНК позволяет выявить предрасположенность человека к ряду заболеваний: язве желудка, диабету и так далее. Также стоит отметить проекты Human Longevity и Deep Genomics, задачей которых является первичный сбор информации и создание «генетической» базы данных. Уже сегодня можно сдать пробу генетического материала и получить развернутый отчет с анализом своего генома [6]. Например, такую услугу предоставляет американский сервис 23 andMe и отечественный «Атлас». Такие проекты не просто удовлетворяют любопытство клиента, но и помогают, например, подобрать лекарство по индивидуальным особенностям.

Есть и другие похожие сервисы. Причём, они способны диагностировать сложные заболевания: например, диабетическую ретинопатию. Могут предсказать возможные проблемы с сердцем у внешне здоровых людей. Для недавно выписавшихся больных было разработано приложение Sense.ly. Система собирает и анализирует данные о состоянии здоровья человека и отправляет их к врачу [5]. Если специалист замечает проблему, он немедленно отправляет пациента в больницу.

Американская компания CureMetrix разработала алгоритм, который используется для анализа медицинских изображений, в настоящее время тестируется для идентификации признаков рака легких по рентгеновским изображениям и рака груди в маммограммах [4]. Используемая в решении технология отличается применением «умных выборок» данных, что позволяет отобрать из огромного массива больших данных релевантную информацию.

Алгоритм машинного обучения исследует данные изображения,

идентифицирует нужные атрибуты (выявляя заболевания), исключая ненужную информацию и создает образцы, позволяющие точно диагностировать пациента.

Таким образом, изучив современные системы и сервисы, было установлено несколько направлений их развития. Первое, системы диалога, в которой система спрашивает у пациента информацию и делает заключение. Второе, системы анализа изображений, такие системы анализируют изображения и устанавливают заболевание. Последнее направление заслуживает особого внимания и детального изучения, ведь система может «увидеть» заболевание там, где этого не сможет сделать человек. Дальнейшее направление исследований затронутой темы исследования лежит в более детальном изучении изученных систем и сервисов для организации решения проблем медицины.

Список литературы

1. Зелинский С. С., Тиханова А. А., Мягкова А. С. Роль информационно-коммуникационных технологий в медицине // Проблемы и перспективы в международном трансфере инновационных технологий: сборник статей Международной научно-практической конференции (10 мая 2018 г, г. Уфа). В 2 ч. Ч. 2 / - Уфа: АЭТЕРНА, 2018. – 184 с.

2. Покидова А. В. Искусственный интеллект в медицине // Достижения науки и образования. 2018. №1 (23). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/iskusstvennyy-intellekt-v-medicine> (дата обращения: 10.07.2019).

3. Понкин И. В, Редькина А. И. Искусственный интеллект с точки зрения права // Вестник РУДН. Серия: Юридические науки. 2018. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/iskusstvennyy-intellekt-s-tochki-zreniya-prava> (дата обращения: 13.07.2019).

4. Материалы официального сайта curemetrix. URL: <https://curemetrix.com/our-products/cm-assist/> (дата обращения: 18.07.2019).

5. Материалы официального сайта sensely. URL:

<http://www.sensely.com/#features-first> (дата обращения: 18.07.2019).

6. Материалы официального сайта 23andme. URL:

<https://www.23andme.com/?myg=true> (дата обращения: 19.07.2019).

ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 349

СРАВНИТЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ НАЛОГА С ПРОДАЖ И НДС

Туголукова Виктория Алексеевна

бакалавр

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
г. Москва

***Аннотация:** в статье автор сравнивает НДС и налог с продаж. Для сравнения исследуются следующие критерии: экономическая природа данных налогов, процедура администрирования. На основе данного анализа автор делает вывод о преимуществах и недостатках данных налогов.*

In the article, the author compares VAT and sales tax. For comparison, the following criteria are investigated: the economic nature of these taxes, the administration procedure. Based on this analysis, the author concludes about the advantages and disadvantages of these taxes.

***Ключевые слова:** НДС, налог с продаж.*

***Keywords:** VAT, sales tax.*

Налог с продаж перестал действовать с 1 января 2004 года, в связи с тем, что его признали противоречащим Конституции РФ. Налог с продаж на территории России являлся региональным налогом.

Остановимся на различиях и сходства налога с продаж и налога на добавленную стоимость (далее – НДС).

Во-первых, при НДС объектом налогообложения является добавленная стоимость, при налоге с продаж – реализация товаров. Таким образом, налог с

продаж взимается на последней стадии реализации товара, а НДС взимается на всех стадиях, в том числе на стадии введения товара в оборот [1].

Во-вторых, при НДС необходим значительно больший учет хозяйственных операций, так как налоговому администрированию подлежит вся цепочка сделок, а не только последняя, связанная с конечной реализацией, как при налоге с продаж.

В-третьих, налог с продаж, действующий в России, был установлен только в отношении реализации товара физическим лицам [2]. В отношении НДС схожее ограничение отсутствует.

В-четвертых, ряд исследователей считают, что НДС и налог с продаж являются одинаковыми по экономической сути. Так как в случае, если бы НДС был установлен только для розничной торговли, то НДС взимался бы только в момент реализации, ведь на все остальных этапах НДС подлежит возмещению в форме вычета. При этом важно отметить, что данный вывод является необоснованным, так как у данных налогов разные объекты, следовательно, разная экономическая обоснованность. НДС не взимался бы если бы произошла реализация товара без добавленной стоимости.

В-пятых, НДС не выделяют в ценниках, чеках, счетах и так далее. Налог с продаж обычно указывают.

В-шестых, налог с продаж является налогом на потребление, то есть взимается при использовании товара в потребительских целях. НДС по своей сути также является налогом на потребление, так как фактически взимается только на последней стадии процесса производства – потреблении, когда товар не будет участвовать в цепочках производства [3].

В-седьмых, налог с продаж являлся источником доходной части бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов согласно мнению Конституционного суда РФ [4]. В то время, как НДС является источником формирования федерального бюджета.

Теперь остановимся на преимуществах и недостатках налога с продаж по

сравнению с НДС.

Во-первых, при налоге с продаж существенно ниже издержки по администрированию. Особенно если учитывать, что из принципа экономической обоснованности налога исходит требование по уменьшению издержек по сбору налога не только для налоговых органов, но и для налогоплательщиков. НДС действует зачетным способом, поэтому по всей цепочке сделок необходима документация, при действии налога с продаж подобная документация необходима только при конечной реализации. Также налог с продаж уменьшает значительно количество налогоплательщиков для проверки.

Во-вторых, на данный момент необходимо вести учет в отношении операций по передаче товаров для собственных нужд. При выполнении строительно-монтажных работ для собственного потребления не будет необходимости производить лишние процедуры по начислению налога с последующим использованием этой же суммы налога как вычета.

В-третьих, сумма, которая подлежит вычету сейчас на некоторое время выпадает из операций, тем самым, уменьшается количество доступных средств, которыми может распорядиться предприниматель в своей деятельности.

В-четвертых, при НДС налогоплательщик несет риск за недобросовестных контрагентов. То есть в случае, если по каким-либо причинам контрагент не уплатил НДС у налогового агента, как минимум, отсутствует возможность для вычета НДС, а как максимум, к нему могут быть применены меры налоговой ответственности [5]. При налоге с продаж данный риск отсутствует.

В-пятых, при НДС значительно меньше возможностей для манипуляций, так как он позволяет проводить налоговый контроль на нескольких этапах производства, а не только при реализации, как в отношении налога с продаж.

Таким образом, данные налоги имеют общие черты: взимаются при реализации (потреблении), являются косвенными налогами. В то же время в отношении данных налогов используются различные механизмы налогового администрирования, налог с продаж учитывается только при реализации, а не во всей

цепочке контрагентов, как НДС.

Список литературы

1. Тютин Д. В. Налоговое право: курс лекций // СПС «КонсультантПлюс».
2. Письмо МНС РФ от 29.04.2002 № ВГ-6-03/638@ «О налоге с продаж» // СПС «КонсультантПлюс».
3. Определение Конституционного Суда РФ от 14.01.2003 № 129-О // СПС «КонсультантПлюс».
4. Постановление Конституционного Суда РФ от 30.01.2001 № 2-П // СПС «КонсультантПлюс».
5. Осипова Е. С., Осипов С. Л. Прямой метод налогообложения добавленной стоимости // Налоги. 2014. № 3. С. 3 – 8.

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 371

РОЛЬ ПЕДАГОГА В ФОРМИРОВАНИИ ЛИЧНОСТИ РЕБЕНКА

Юлдашева Светлана Николаевна

аспирант

СПбГУ, г. Санкт-Петербург

***Аннотация:** в данной работе рассматривается роль педагога в формировании личности ребенка, на основе общепринятых методов. Представлены критерии формирования и воспитания учеников.*

***Annotation:** in this paper, the role of the teacher in the formation of the child's personality is considered on the basis of generally accepted methods. Presents the criteria for the formation and education of students.*

***Ключевые слова:** педагог, роль педагога, формирование личности.*

***Keywords:** teacher, the role of the teacher, the formation of personality.*

Воспитание и образование подрастающего ребенка — это тема, которая была актуальна во все времена. Во все времена человечество задавалось вопросом, каково значение педагога на формирование личности ребенка. Увенчаются ли успехом методы, попытки направить ребенка на правильный путь, и какими качествами должен обладать учитель, для достижения этой цели? Воспитание — это тяжелые, целенаправленные и профессиональные методы педагога, направленные на максимально высокий уровень развития ребенка, как личности, так и в образовательной деятельности. Методы педагога основываются на научных подходах, так, как только при полном соответствии всемирно принятым методикам обучения возможен желаемый, высоко профессиональный результат. Одной

из главных педагогических задач является воспитание нравственных качеств ребенка. Однако, нравственности нельзя научить, занимая ученика каким-либо видом деятельности. Можно лишь культивировать, вдохновлять учащихся совершать нравственные поступки. Также преподаватель должен научить обучающегося принимать самостоятельные решения. В результате ребенок вырастает самостоятельным и сможет найти свое место в обществе. Задача учителя помочь ученику в выборе правильных приоритетов в жизни. Это возможно только в случае правильно разработанного научно-методического подхода [1].

Личность педагога – мощный фактор формирования личности ребенка. Социальные функции педагога – приобщить подрастающее поколение к культурному наследию, общественному опыту старших поколений [2].

Земле много профессий, но самой важной (по моему мнению) является профессия - педагог. Только она решает многие волнующие вопросы в жизни ребёнка. Это даже не профессия, а образ жизни. Это осознание огромной ответственности перед государством, обществом, родителями и прежде всего перед учениками.

Учитель должен обладать профессиональными качествами, быть компетентным, чтобы влиять на саморазвитие учеников. Учитель должен ставить перед собой задачи формирования и воспитания личности по качествам, соответствующим требованиям современного общества, должен осознавать, что каждый ребенок – это индивидуальность и помогать ему в его развитии. Для эффективного воспитательного воздействия недостаточно просто дать школьнику формальные ответы на злободневные вопросы. Важно выявить разные взгляды, поспорить, побудить высказать свои суждения, эмоционально рассказать о собственных мнениях и убеждениях [1].

Развитие личности учащегося осуществляется в процессе собственной деятельности, направленной на «открытие» нового знания. Учитель должен способствовать формированию у учащихся потребности развития своих интеллектуальных, коммуникативных, художественных, физических возможностей [3].

Роль учителя в прогрессивном развивающемся мире значима тем, что он воспитывает подрастающую молодежь, формирует поколение, которое должно продолжить дело старших, но уже на более высоком, культурном уровне развития общества. Сферой педагогической деятельности является образование, обучение и воспитание.

Учитель должен учить быть успешным в современном развивающемся обществе, чтобы развивать духовно-нравственные качества детей, способствовать их саморазвитию и самосовершенствованию. Учителю надо начать с себя и не бояться трудностей, перестроить свое мышление, овладеть деятельностным подходом в обучении школьников. Педагог, организующий социальное становление личности в современном обществе, должен обладать рядом профессионально-личностных качеств: активной гражданской позицией, ответственностью, умением вести диалог и уважать позицию учащегося [4]. Педагог должен быть специалистом-профессионалом в своей образовательной области, но не замкнутым лишь на своей программе, а имеющим направленность на выполнение социально-педагогических, социально-воспитательных функций.

Общение со взрослым помогает ребенку устанавливать социальные контакты, познавать себя и других, оно оказывает самое непосредственное воздействие на особенности и развитие его общения со сверстниками. Взрослый является ребенку в качестве образца для подражания, эталона, а в общении со сверстниками ребенок пробует присвоенные им в общении со взрослым способы деятельности, особые формы взаимодействия. Таким образом, и в общении со сверстниками до конца дошкольного возраста ведущей фигурой остается взрослый [3].

Преподаватель играет важную роль в развитии творческих способностей, уважения к старшему поколению, формированию активной жизненной позиции. Конечной целью педагога является воспитание всесторонне развитой личности [4].

Из выше сказанного можно сделать вывод, к чему должен стремиться

педагог в воспитании своих учеников:

1. Вырабатывать стремление правильно оценивать и выстраивать отношение к себе и к окружающему миру.
2. Воспитание готовности и способности к нравственному совершенствованию, к духовным и моральным качествам, пониманию смысла жизни и ответственному поведению каждого ребенка [5].
3. Воспитание готовности и способности в реализации творческого потенциала.
4. Воспитание у учащегося чувства ценности своей и чужой жизни.

Список литературы

1. Таланчук М. Н. Системно-социальная концепция школьного воспитания. - Казань, 1991. - 110 с.
2. Логвинов И. Н., Сарычев С. В. 10 избранных лекций по педагогической психологии. - М.: Академия, 2005 - 260 с.
3. Климов Е. А. Образ мира в разнотипных профессиях. - М.: Просвещение, 1995. - 310 с.
4. Психология развивающейся личности / Под ред. А. В. Петровского. - М.: Просвещение, 1987 - 310 с.
5. Кузьмина Н. В. Очерки психологии труда учителя. - Л.: ЛГУ, 1967. – 183 с.

«Научное пространство: актуальные вопросы,
достижения и инновации»

VIII Международная научно-практическая конференция
Научное издание

ООО «НИЦ ЭСП» в ЮФО
(Научно-исследовательский центр «Иннова»)
353440, Краснодарский край, г.к. Анапа,
ул. Крымская, 216, оф. 32/2
Тел.: 8 (918) 38-75-390; 8 (861) 333-44-82
Подписано к использованию 22.07.2019 г.
Объем 427 Кбайт. Электрон. текстовые данные

ISSN 978-5-95283-124-7



9 785952 831247 >