

Научно-исследовательский центр «Иннова»

# НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Сборник научных трудов по материалам  
XV Международной научно-практической конференции,  
23 марта 2020 года, г.-к. Анапа



Анапа  
2020

УДК 00(082) + 001.18 + 001.89

ББК 94.3 + 72.4: 72.5

Н34

**Ответственный редактор:**  
Скорикова 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).

**Н34 Научные исследования: проблемы и перспективы.** Сборник научных трудов по материалам XV Международной научно-практической конференции (г.-к. Анапа, 23 марта 2020 г.). [Электронный ресурс]. – Анапа: Изд-во «НИЦ ЭСП» в ЮФО, 2020. - 45 с.

**ISBN 978-5-95283-275-6**

В настоящем издании представлены материалы XV Международной научно-практической конференции «Научные исследования: проблемы и перспективы», состоявшейся 23 марта 2020 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](http://www.innova-science.ru).

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

**ISBN 978-5-95283-275-6**

© Коллектив авторов, 2020.  
© Изд-во «НИЦ ЭСП» в ЮФО  
(подразделение НИЦ «Иннова»), 2020.

## СОДЕРЖАНИЕ

### ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

#### ИССЛЕДОВАНИЕ И СРАВНЕНИЕ ПРОГРАММНО- ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ РАСЧЕТА УЧЕБНОЙ НАГРУЗКИ ДЛЯ КАФЕДР ВУЗА

*Дугин Денис Игоревич*

*Рыбанов Александр Александрович* ..... 5

#### ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДОВ ХРАНЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКИХ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ

*Надирян Артур Гарегинович, Абрамова Оксана Федоровна*

*Рыбанов Александр Александрович* ..... 9

#### СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

*Розов Александр Вадимович*

*Рыбанов Александр Александрович* ..... 15

#### ИССЛЕДОВАНИЕ И СРАВНЕНИЕ СИСТЕМ ДЛЯ УЧЕТА ЖИВОТНЫХ И ОТСЛЕЖИВАНИЯ СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ

*Стрельцова Анастасия Артемовна, Абрамова Оксана Федоровна*

*Рыбанов Александр Александрович* ..... 20

### ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

#### СОСТАВЛЯЮЩИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

*Закомолдина Виктория Владимировна* ..... 26

#### ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО АГРОБИЗНЕСА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

*Слипченко Оксана Михайловна* ..... 31

### ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

#### ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА КАК СРЕДСТВО ОПТИМИЗАЦИИ В ВОПРОСЕ

**СОХРАНЕНИЯ ЗДОРОВЬЯ СТУДЕНТОВ**

*Зангиева Марина Жураповна* ..... 35

**ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ****ЛОКАЛИЗАЦИЯ ПРИ ПЕРЕВОДЕ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ  
(НА ПРИМЕРЕ РЕКЛАМЫ СПОРТИВНЫХ БРЕНДОВ)**

*Карачина Татьяна Игоревна*

*Курмаева Ирина Ильдаровна* ..... 39

## ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

---

УДК 004

### ИССЛЕДОВАНИЕ И СРАВНЕНИЕ ПРОГРАММНО- ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ РАСЧЕТА УЧЕБНОЙ НАГРУЗКИ ДЛЯ КАФЕДР ВУЗА

**Дугин Денис Игоревич**

бакалавр

**Рыбанов Александр Александрович**

почётный работник сферы образования,

кандидат технических наук, доцент, заведующий кафедрой «Информатика  
и технология программирования»

Волжский политехнический институт (филиал) ФГБОУ ВО Волгоградский  
государственный технический университет, город Волжский

***Аннотация:** в данной статье приведены результаты анализа программно-информационных систем для расчета учебной нагрузки ВУЗа. Обзор выполнен с помощью метода анализа иерархий Т. Саати. В ходе анализа были рассмотрены аналоги систем расчета учебной нагрузки, выявлены их сильные и слабые стороны.*

*This article presents the results of the analysis of software and information systems for calculating the academic load of the university. The hierarchy of Saati. The analysis revealed their strengths and weaknesses.*

**Ключевые слова:** метод Т. Саати, нагрузка, ВУЗ.

**Keywords:** method T. Saati, academic load, university.

Для исследования были выбраны следующие программные продукты: Нагрузка ВУЗа; БИТ ВУЗ; Автор-ВУЗ модель «Нагрузка»; Разработка автоматизированной системы расчета учебной нагрузки кафедр МБИ; Галактика управление вузом.

Сравнение программных продуктов было проведено по следующим

критериям:

- $A_1$  - Автоматическое формирование отчета;
- $A_2$  - Степень автоматизации расчета нагрузки;
- $A_3$  - Уровень автономности назначения преподавателей;
- $A_4$  - Автоматизация расчета часов на преподавателя;
- $A_5$  - Возможности расчета доп. Занятости преподавателей.

При помощи аналитической иерархической процедуры Саати было проведено распределение весов критериев и составлены правила заполнения матрицы парных сравнений:  $i$ -ый и  $j$ -ый критерий примерно равноценны;  $i$ -ый критерий немного предпочтительнее  $j$ -го;  $i$ -ый критерий предпочтительнее  $j$ -го;  $i$ -ый критерий значительно предпочтительнее  $j$ -го;  $i$ -ый критерий явно предпочтительнее  $j$ -го.

В таблице №1 представлены веса критериев, средние геометрические и Матрицы парных сравнений.

Таблица №1.

	$A_1$	$A_2$	$A_3$	$A_4$	$A_5$	Среднее геометрическое	Веса критериев
$A_1$	1	1/5	1/3	1	1/3	0.46	0.07
$A_2$	5	1	3	3	9	3.32	0.52
$A_3$	3	1/3	1	1/3	3	0.99	0.15
$A_4$	1	1/3	3	1	5	1.37	0.21
$A_5$	3	1/9	1/3	1/5	1	0.39	0.06
Сумма						6.3	1

Для наглядности весовые коэффициенты критериев качества представлены на рисунке №1.

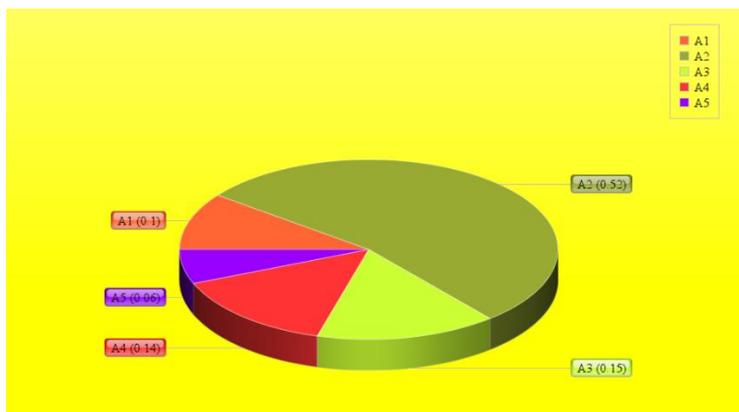


Рис. 1. Весовые коэффициенты критериев качества

Была проведена проверка матрицы на непротиворечивость, затем с помощью полученных коэффициентов был определен интегральный показатель качества для программных продуктов расчета нагрузки кафедры.

После чего производилась оценка функциональных возможностей аналогов систем по шкале сравнения (от 0 до 7).

Определив количественные значения функциональных возможностей  $X_{ij}$  (таблица №2), был выделен показатель качества для каждого рассмотренного аналога.

Таблица № 2

Критерии	Весовые коэффициенты	Программные продукты					Базовые значения.
		<i>Нагрузка вуза.</i>	<i>БИТ ВУЗ.</i>	<i>Автор-ВУЗ модуль «Нагрузка»</i>	<i>Разработка автоматизированной системы расчета учебной нагрузки кафедр МБИ.</i>	<i>Галактика управление вузом</i>	
Автоматическое формирование отчета	0.07	5	3	3	5	4	4
Степень автоматизации расчета нагрузки	0.52	7	7	3	7	6	6
Уровень автономности назначения преподавателей	0.15	0	1	4	0	1,25	1,25
Автоматизация расчета часов на преподавателя	0.21	3	5	5	3	4	4
Возможности расчета доп. Занятости преподавателей	0.06	2	2	3	5	3	3
Интегральный показатель качества Q		3.05	2.73	3.30	4.50	3.40	3.39

Для наглядности показатели качества в виде лепестковой диаграммы представлены на рисунке №2.

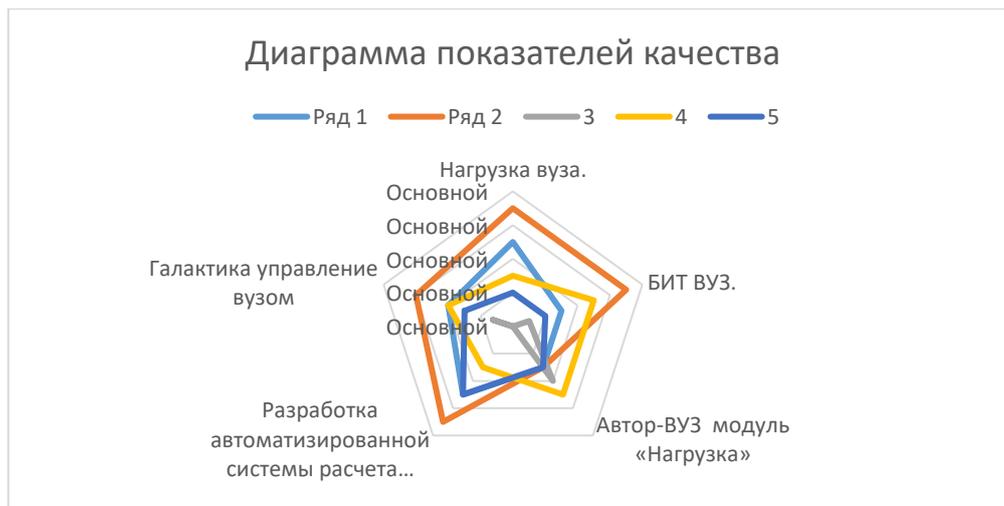


Рис. 2 - Диаграмма показателей качества

Исследовав и сравнив аналоги систем по распределению учебной нагрузки, были выявлены лидеры среди сравниваемых программных продуктов: «Нагрузка вуза» и «Галактика управление вузом.» и «Разработка автоматизированной системы расчета учебной нагрузки кафедр МБИ.».

### Список литературы

1. Морозов А. О., Рыбанов А. А. Экспертная оценка программных продуктов для расчета метрических характеристик физической схемы базы данных / Современные научные исследования и инновации. 2015. № 1. Ч. 1 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2015/01/42101> (дата обращения: 25.11.2019).
2. Рыбанов А. А., Макушкина Л. А. Технология определения весовых коэффициентов сложности тем дистанционного курса на основе алгоритма Саати / Открытое и дистанционное образование. 2016. № 1 (61). С. 69-79.
3. Кондрацкий Д. Е., Рыбанов А. А. Исследование методов и алгоритмов автоматизированной системы оценки альтернативных вариантов методом Т. Саати.

УДК 004

## ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДОВ ХРАНЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКИХ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ

**Надирян Артур Гарегинович**

студент

**Абрамова Оксана Федоровна**

доцент

**Рыбанов Александр Александрович**

доцент

Волжский политехнический институт (филиал)  
ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет»,  
город Волжский

***Аннотация:** в статье описаны методы хранения мультимедийных проектов. Выполнено сравнение средств для хранения мультимедийной информации. Подробный анализ используется для разработки программно-информационной системы, решающей описанные проблемы.*

*This article describes methods for storing multimedia projects. There was perform comparison of means for multimedia information storage. Detailed analysis is used for developing a program system that will solve the described tasks.*

***Ключевые слова:** мультимедиа, мультимедийные технологии, студенческие мультимедийные проекты, веб-каталог.*

***Keywords:** multimedia, multimedia technologies, student multimedia projects, web catalog.*

Современные технологии позволяют нам визуализировать информацию так, как мы хотим. Одной из таких технологий является мультимедиа. Мультимедиа – это уникальный вид компьютерной технологии, который объединяет в себе несколько видов информации:

- традиционная статическая информация (текст, графика);
- динамическая информация (речь, музыка, видеофрагменты, анимация).

Такая трактовка понятия «мультимедиа» используется IT-специалистами и помогает включать в состав мультимедиа большой спектр информационных возможностей, сочетающих в себе различные программные и технические средства с целью наиболее эффективного влияния на потребителя (читателя, пользователя, слушателя, зрителя), взаимодействующего с информацией.

Мультимедиа позволяет пользователю взаимодействовать с большинством компьютерных программ в интерактивном режиме: то есть не только видеть тексты и неподвижные изображения, но и анимацию и видеоролики [1], а также слышать звуковое сопровождение.

Мультимедийные технологии – это совокупность технологий, позволяющая одновременно воспроизводить разнородные виды информации. В частности, на компьютере может одновременно воспроизводиться текст, видео [2], музыка и прочее. Мультимедийные технологии предъявляют к современным компьютерам некоторые требования: содержание звуковой и видео карт, жесткий диск, монитор, оперативная память, и т. д. Чтобы просматривать и создавать мультимедиа-файлы, необходимы специальные программы и дополнительная аппаратура, в частности, колонки или наушники, хороший монитор, и т.п.

Рассмотрим основные средства хранения мультимедийной информации:

1) Компакт-диск — одно из первых мультимедийных устройств, на котором одновременно может находиться разнородная информация: видео, изображения, текст, музыка и т.д.

2) Флеш-память — это особый вид полупроводниковой энергонезависимой перезаписываемой памяти, применяющийся в относительно недорогих устройствах массового потребления: цифровых фото и видеокамерах, компьютерах, мобильных телефонах, коммуникаторах, плеерах и т. д.

3) Карта памяти — компактное электронное запоминающее устройство, используемое для хранения цифровой информации.

4) Внутренний жёсткий диск — запоминающее устройство произвольного доступа, основанное на принципе магнитной записи. Является основным накопителем данных в большинстве компьютеров.

5) Внешний жёсткий диск — портативное запоминающее устройство, подключаемое к компьютеру или мультимедийным цифровым устройствам.

Перечисленные выше способы хранения информации имеют существенные недостатки:

- отсутствие удалённого доступа к файлам;
- доступ к информации имеют только те пользователи, которые имеют физический носитель данной информации;
- минимальная совместимость с другими видами устройств (просмотр информации в основном с помощью ПК).

К счастью, Интернет сегодня стал очень быстрым, что позволило хранить большие объёмы информации в Сети, на специальных сайтах и облачных хранилищах. Физические серверы стоят в определенном месте, а пользователь получает к ним доступ через Сеть. Доступ к мультимедийной информации предоставляется с помощью веб-ресурсов, которые можно классифицировать следующим образом:

- хостинги видео или изображений;
- облачные хранилища;
- абстрактные веб-ресурсы.

Процесс создания мультимедиа широко распространён в образовательной деятельности людей. В рамках прохождения очного обучения студенты разрабатывают собственные мультимедийные проекты. Исходные мультимедийные файлы проектов доставляются преподавателям различными способами, перечисленными выше (с помощью веб-ресурсов или электронных носителей).

Рассмотрим подробнее процесс отправки студентом проекта на проверку преподавателю:

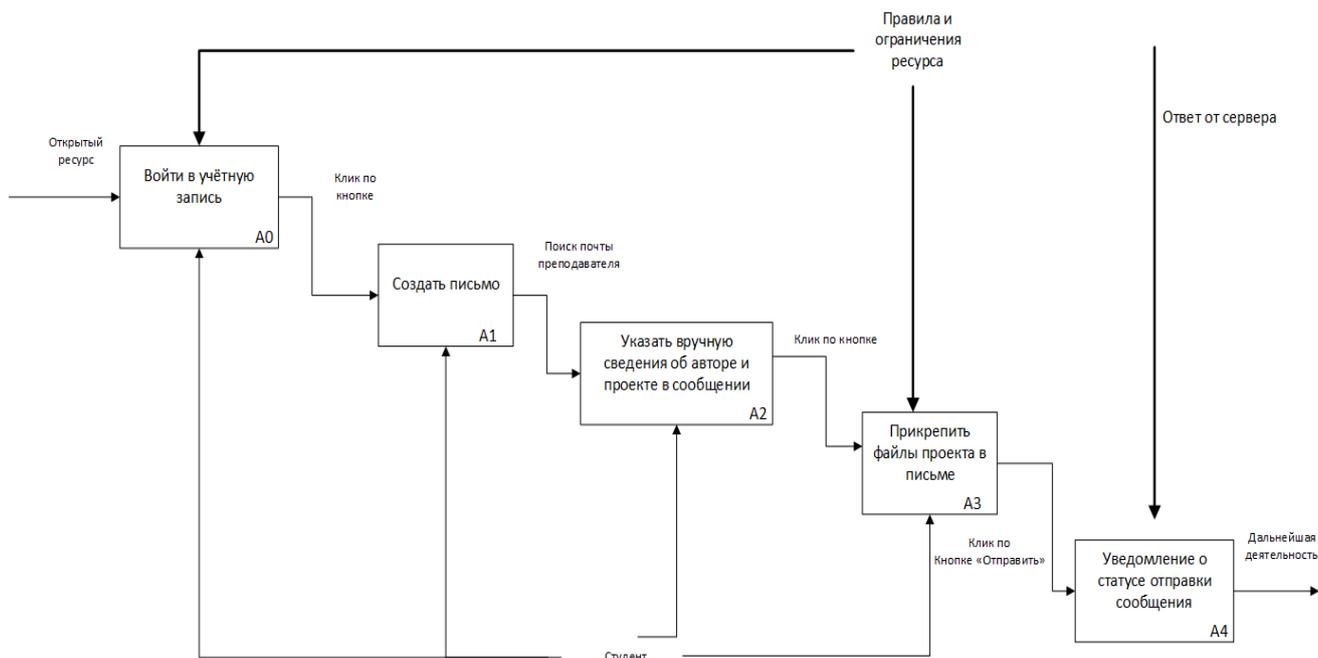


Рис. 1.1 – Декомпозиция процесса отправки проекта студентом с помощью абстрактного ресурса

В роли абстрактного ресурса может выступать электронная почта, социальная сеть или другие способы взаимодействия студента с преподавателем.

Подобный подход усложняет коммуникацию участников процесса, из-за отсутствия на абстрактных ресурсах специальных функций, ориентированных на загрузку, просмотр и описание проекта.

Рассмотрим процесс просмотра и проверки проекта преподавателем:

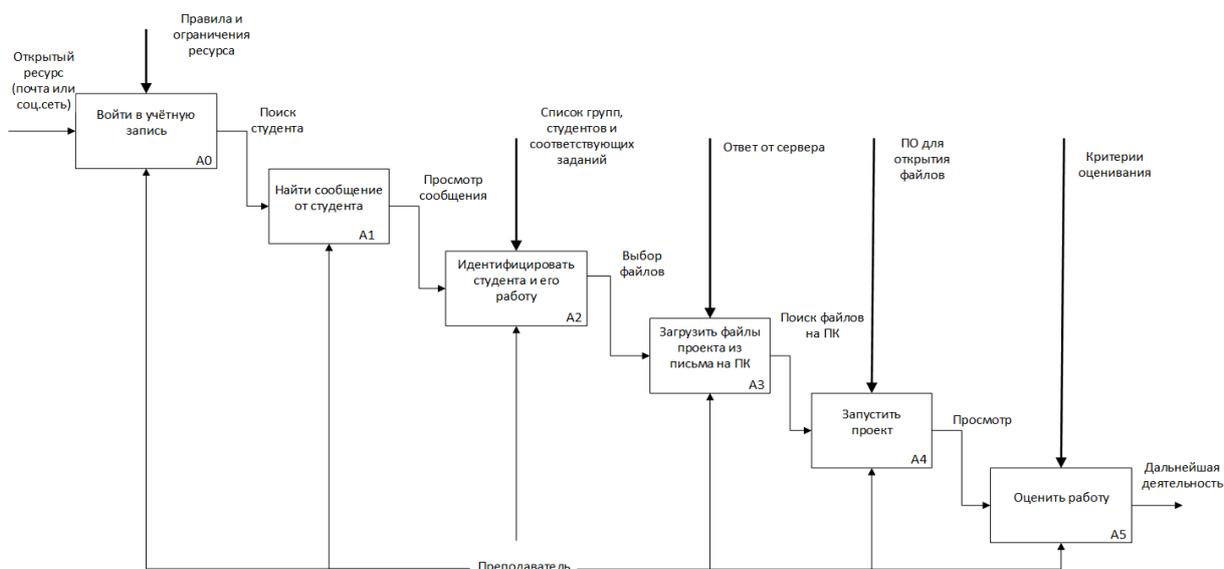


Рис. 1.2 – Диаграмма процесса просмотра и проверки проекта преподавателем с помощью абстрактного ресурса

Отличительной особенностью мультимедийных проектов является интерактив и динамика. Абстрактные ресурсы не позволяют просмотреть мультимедийные проекты в режиме онлайн, из-за чего пользователям приходится загружать работы на персональный компьютер.

Абстрактный ресурс не рассчитан на хранение мультимедийных проектов и организацию студенческой деятельности, поэтому возможности пользователей ограничены.

Основной процесс, который нам нужно автоматизировать — это процесс публикации и хранения студенческих мультимедийных проектов.

После подробного анализа приходим к выводу, что есть весомые недостатки существующего подхода доставки и хранения мультимедийных проектов:

- сложность коммуникации студентов с преподавателями (разброс способов связи: оффлайн/почта/соц. сети);
- хаос в сообщениях у преподавателя – множество неотсортированных студентов, групп, направлений и тематик работ;
- отсутствие функций онлайн загрузки проекта по различным критериям с привязкой к конкретной дисциплине к нужному преподавателю;
- отсутствие функций онлайн просмотра и удобного хранения, распределения проектов.

Многие описанные процессы, которые можно автоматизировать, реализуются вручную и требуют сравнительно больших временных затрат.

Веб-каталог студенческих мультимедийных проектов должен упростить множество процессов, свести количество действий пользователя для получения желаемого результата (хранение/просмотр проектов) к минимуму:

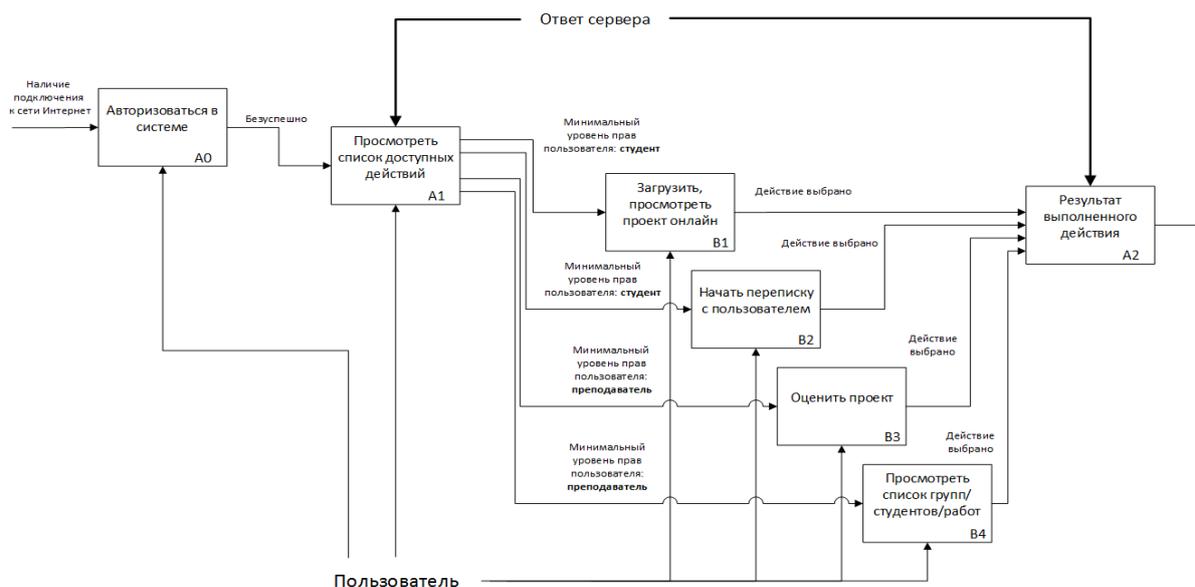


Рис. 1.3 – Диаграмма процесса взаимодействия пользователя с веб-каталогом

Таким образом, разработка данной программной системы позволит снизить трудоемкость, а также поспособствует повышению эффективности контроля, просмотра и хранения разнородной мультимедийной информации в учебных заведениях.

### Список литературы

1. Рыбанов А. А. Видеоурок как средство эффективного обучения прикладному и системному программному обеспечению / Дистанционное и виртуальное обучение – 2009. – № 11. – С. 42-48. – URL: [Elibrary.Ru/item.asp?id=12922642](http://Elibrary.Ru/item.asp?id=12922642).
2. Рыбанов А. А. Видеоурок как средство активизации и интенсификации обучения / Информатика и образование – 2009. – № 11. – С. 99-102. – URL: [Elibrary.Ru/item.asp?id=17771619](http://Elibrary.Ru/item.asp?id=17771619).
3. Лясин Д. Н. Мультимедийные технологии [Эл. ресурс]: учеб. пособие: Ч. 1 / Д. Н. Лясин, О. Ф. Абрамова; ВПИ (филиал) ВолгГТУ. – 2019. – С. -62.
4. Абрамова О. Ф., Белова С. В. Использование мультимедийных технологий в процессе обучения дисциплине «компьютерная графика». – 2012. – № 3. – С. 90.
5. Катунин Г. П. Основы мультимедийных технологий / Учебное пособие

– 2017. – С. 13-19.

6. Сагиндыкова А. С. Актуальность дистанционного образования / А. С. Сагиндыкова / Молодой ученый. – 2015. – № 20. – С. 495–498.

---

УДК 004

## СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

**Розов Александр Вадимович**

студент

**Рыбанов Александр Александрович**

кандидат технических наук, доцент

Волжский политехнический институт (филиал)

ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет»,

г. Волжский

***Аннотация:** в данной статье приведен обзор компаний, предоставляющих услуги по подбору вакансий, обзор фильтров поиска вакансий. Данный обзор проведен с помощью метода функциональной полноты систем. Данный метод основан на построении графов подобия и поглощения.*

***Annotation:** this article provides an overview of companies providing job search services, an overview of job search filters. This review was conducted using. This method is based on graph construction.*

***Ключевые слова:** Метод функциональной полноты, поиск вакансий.*

***Keywords:** Functional completeness method, job search.*

В настоящее время на интернет площадке большое количество систем поиска работы. Множество систем обусловлено популярностью данного метода поиска вакансий среди населения, что позволяет экономить время, трудовые

ресурсы, расширяет возможности трудоустройства граждан [1]. В данной статье рассматриваются системы, оказывающие услуги по поиску рабочих вакансий: HeadHunter, SuperJob, TrudVsem, Работа.ру. Для сравнения данных веб-сайтов использован метод функциональной полноты. Функциональная полнота является одной из важнейших количественных характеристик, анализ по которой дает возможность количественно сравнить между собой информационные системы и оценить их соответствие требованиям пользователя для рационального выбора [2].

Пусть  $Z=\{Z_i\}(i=1,2,3,4,5)$  - множество сравниваемых веб-сайтов по подбору вакансий:

$Z_1$ -HeadHunter;  $Z_2$ -SuperJob;  $Z_3$ -TrudVsem;  $Z_4$ - Работа.ру;

Тогда  $R=\{R_j\}(j=1, 2, \dots, 32)$  - множество, составляющее словарь реализуемых системой функций (таблица 1).

Исходную информацию предоставим в виде таблицы  $\{X_{ji}\}$  (таблица 2).

Элементы таблицы  $\{X_{ji}\}$  определяются по правилу:

1, если  $j$  –я функция реализована в  $i$ -ой системе;

0, если не реализована.

Таблица 1 - Фильтрация поиска веб-сайтов по подбору персонала

Обозначение	Наименование
$R_1$	ID вакансии
$R_2$	ID компании
$R_3$	Дата публикации от до
$R_4$	Ключевое слово
$R_5$	Сортировка
$R_6$	Период публикации
$R_7$	Сумма оклада от до
$R_8$	Валюта оклада
$R_9$	Признак того, что оклад до вычета налогов
$R_{10}$	Название города или его ID
$R_{11}$	Профессиональная область или специализация
$R_{12}$	Место работы
$R_{13}$	Показывать только вакансии

R <sub>14</sub>	Источник вакансии
R <sub>15</sub>	Тип занятости
R <sub>16</sub>	Образование
R <sub>17</sub>	Опыт работы
R <sub>18</sub>	Наличие водительских прав
R <sub>19</sub>	Иностранный язык и уровень владения
R <sub>20</sub>	График работы
R <sub>21</sub>	Тип вакансии
R <sub>22</sub>	Индустрия компании
R <sub>23</sub>	Значения геокоординат
R <sub>24</sub>	Описание вакансии

Таблица 2 - Сводная таблица функций веб-систем подбора персонала

Выполняемая функция	Z <sub>1</sub>	Z <sub>2</sub>	Z <sub>3</sub>	Z <sub>4</sub>
R <sub>1</sub>	1	1	1	1
R <sub>2</sub>	1	1	1	1
R <sub>3</sub>	1	1	1	1
R <sub>4</sub>	1	1	1	1
R <sub>5</sub>	1	1	0	0
R <sub>6</sub>	1	1	1	1
R <sub>7</sub>	1	1	1	1
R <sub>8</sub>	1	1	1	1
R <sub>9</sub>	1	0	0	0
R <sub>10</sub>	1	1	1	1
R <sub>11</sub>	1	1	1	1
R <sub>12</sub>	1	1	1	1
R <sub>13</sub>	0	1	0	0
R <sub>14</sub>	1	1	1	0
R <sub>15</sub>	1	1	1	1
R <sub>16</sub>	1	1	1	1
R <sub>17</sub>	1	1	1	1
R <sub>18</sub>	1	1	1	1
R <sub>19</sub>	1	1	1	1
R <sub>20</sub>	1	1	1	1
R <sub>21</sub>	1	1	1	1

По данным таблицы 2 вычислим матрицы  $P^{(0)}$ ,  $P^{(01)}$ ,  $P^{(10)}$ ,  $P^{(11)}$ , G, H

$$P^{(00)} = \begin{vmatrix} 0 & 52 & 44 & 45 \\ 52 & 0 & 42 & 45 \\ 44 & 42 & 0 & 52 \\ 45 & 45 & 52 & 0 \end{vmatrix}$$

$$P^{(01)} = \begin{vmatrix} 0 & 8 & 0 & 3 \\ 22 & 0 & 2 & 7 \\ 22 & 20 & 0 & 10 \\ 21 & 19 & 21 & 0 \end{vmatrix}$$

$$P^{(10)} = \begin{vmatrix} 0 & 22 & 22 & 21 \\ 8 & 0 & 20 & 19 \\ 0 & 2 & 0 & 21 \\ 3 & 7 & 10 & 0 \end{vmatrix}$$

$$P^{(11)} = \begin{vmatrix} 0 & 22 & 22 & 21 \\ 22 & 0 & 20 & 19 \\ 22 & 20 & 0 & 21 \\ 21 & 19 & 21 & 0 \end{vmatrix}$$

$$H = \begin{vmatrix} 1 & 0.4761 & 0.4761 & 0.475 \\ 0.909 & 1 & 0.4871 & 0.4864 \\ 1 & 0.95 & 1 & 0.475 \\ 1 & 0.94 & 1 & 1 \end{vmatrix}$$

$$G = \begin{vmatrix} 1 & 0.454 & 0.476 & 0.475 \\ 0.454 & 1 & 0.475 & 0.473 \\ 0.476 & 0.475 & 1 & 0.475 \\ 0.475 & 0.473 & 0.475 & 1 \end{vmatrix}$$

При использовании порогового значения  $\varepsilon_g = 0.474$  получим логическую матрицу подобия:

$$G_0 = \begin{vmatrix} 0 & 0 & 1 & 1 \\ 0 & 0 & 1 & 0 \\ 1 & 1 & 0 & 1 \\ 1 & 0 & 1 & 0 \end{vmatrix}$$

По результатам исследования, граф подобия представлен на рисунке 1.

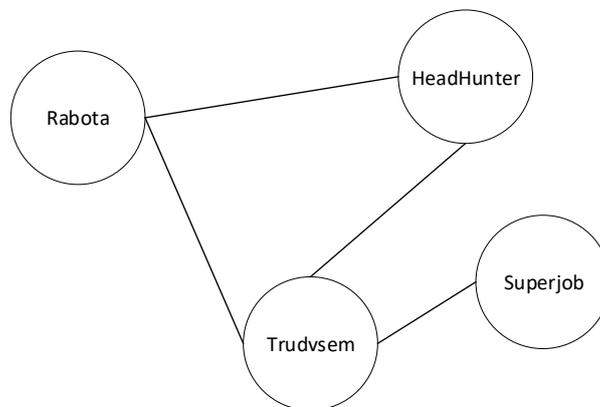


Рисунок 1 – Граф подобия

Исходя из данных, представленных в графе, можно сделать вывод о том, что система TrudVsem имеет наибольшую схожесть с остальными сравниваемыми системами. Напротив, система Superjob подобна только системе TrudVsem.

При использовании порогового значения  $\varepsilon_h = 0.95$  получим логическую матрицу поглощения:

$$H_0 = \begin{vmatrix} 0 & 1 & 0 & 1 & 1 \\ 1 & 0 & 1 & 1 & 0 \\ 0 & 1 & 0 & 1 & 0 \\ 1 & 1 & 0 & 0 & 1 \\ 1 & 0 & 0 & 1 & 0 \end{vmatrix}$$

По результатам исследования, граф поглощения представлен на рисунке 2.

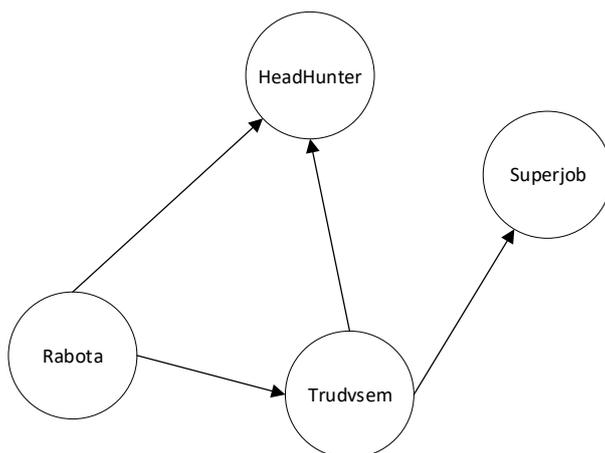


Рисунок 2 – Граф поглощения

Исходя из данных, представленных на графе поглощения, можно сделать вывод о том, что полного поглощения не имеет ни одна из систем. Наиболее поглощаемыми системами являются Rabota и TrudVsem.

### Список литературы

1. Жудин В. А. Обоснование необходимости разработки подсистемы поиска вакансий Центр развития научного сотрудничества, 2017
2. Сидорова Ю. А. Сравнительный анализ функциональной полноты веб-сайтов, оказывающих услуги по поиску рабочих вакансий Символ науки, 2016.

УДК 004

## ИССЛЕДОВАНИЕ И СРАВНЕНИЕ СИСТЕМ ДЛЯ УЧЕТА ЖИВОТНЫХ И ОТСЛЕЖИВАНИЯ СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ

**Стрельцова Анастасия Артемовна**

бакалавр

**Абрамова Оксана Федоровна**

доцент

**Рыбанов Александр Александрович**

к.т.н., доцент, заведующий кафедры

Волжский политехнический институт (филиал)

ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет»,

г. Волжский

***Аннотация:** в данной статье приведён обзор компаний предоставляющих услуги по учету животных и отслеживанию статистических данных. Данный обзор проведен с помощью метода анализа иерархий Т. Саати. Данный метод основан на определении весовых коэффициентов критериев качества, и метод экспертных оценок для получения количественных значений интегральных критериев качества.*

*This article provides an overview of companies providing services for the registration of animals and tracking statistical data. This review was carried out using T. Saati's hierarchy analysis method. This method is based on determining the weighting coefficients of quality criteria, and the expert assessment method for obtaining quantitative values of integral quality criteria.*

***Ключевые слова:** Метод Т. Саати, учет животных, отслеживание статистических данных.*

**Keywords:** *T. Saati method, animal counting, tracking statistics*

Для исследования будут использованы следующие программные продукты: Учет животных личных подсобных хозяйств, «Матрица. Зоопарк», АИС «Учет животных», программное обеспечение для мониторинга состояния здоровья домашних животных.

В качестве критериев для сравнительного анализа программных продуктов, выделим следующие:

A1- удобство интерфейса

A2- автоматизированный подсчет дат для беременных животных

A3- статистика по продажам и регионам продаж

A4- полнота информации о животном

A5- современные требования по реализации дизайна

Матрица парных сравнений, средние геометрические и веса критериев представлены в *таблице 1*.

Таблица 1. Матрица парных сравнений, средние геометрические и веса критериев

	A1	A2	A3	A4	A5	Среднее геометрическое	Веса критериев
A1	1	1/3	1/5	1/3	5	0,64	0,08
A2	3	1	1/5	3	5	1,55	0,21
A3	5	5	1	5	7	3,88	0,53
A4	3	1/3	1/5	1	5	1,00	0,14
A5	1/5	1/5	1/7	1/5	1	0,26	0,04
Сумма						7,33	1

Диаграмма весовых коэффициентов для критериев A1, A2, A3, A4, A5 представлена на рисунке 1

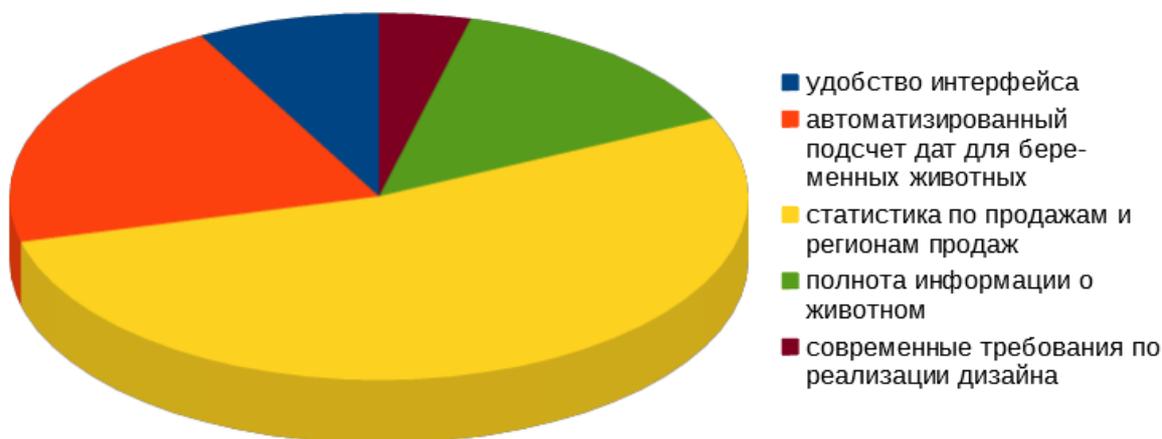


Рисунок 1 - Весовые коэффициенты критериев качества

Используя полученные коэффициенты определим интегральный показатель качества для программных продуктов:

1. Учет животных личных подсобных хозяйств
2. «Матрица. Зоопарк»
3. АИС «Учет животных»
4. Программное обеспечение для мониторинга состояния здоровья домашних животных

Выберем категориальную шкалу от 0 до 7 (где 0 – качество не удовлетворительно, 7 – предельно достижимый уровень качества на современном этапе) для функциональных возможностей программных продуктов.

Значения весовых коэффициентов  $a_i$  соответствующие функциональным возможностям продуктов:

1. удобство интерфейса:  $a_1 = 0.08$ ;
2. автоматизированный подсчет дат для беременных животных:  $a_2 = 0.21$ ;
3. статистика по продажам и регионам продаж:  $a_3 = 0.53$ ;
4. полнота информации о животном:  $a_4 = 0.14$ ;

5. современные требования по реализации дизайна:  $a_5 = 0.04$ ;

где  $\sum a_i = 1$ .

Определим количественные значения функциональных возможностей  $X_{ij}$  (таблица 2). Вычислим интегральный показатель качества для каждого программного продукта.

Таблица 2. Интегральные показатели качества

Критерии	Весовые коэффициенты	Программные продукты				Базовые значения
		Учет животных личных подсобных хозяйств	"Матрица. Зоопарк"	АИС "Учет животных"	Программное обеспечение для мониторинга состояния здоровья домашних животных	
Удобство интерфейса	0,09	2	5	4	2	3,25
Автоматизированный подсчет дат для беременных животных	0,21	0	1	0	0	0,25
Статистика по продажам и регионам продаж	0,53	3	4	4	2	3,25
Полнота информации о животном	0,14	3	3	5	2	3,25
Современные требования по реализации дизайна	0,04	2	3	3	1	2,25
Интегральный показатель качества Q		2,27	3,32	3,30	1,56	2,61

Построим лепестковую диаграмму интегрального показателя качества каждого программного продукта (рисунок 2).

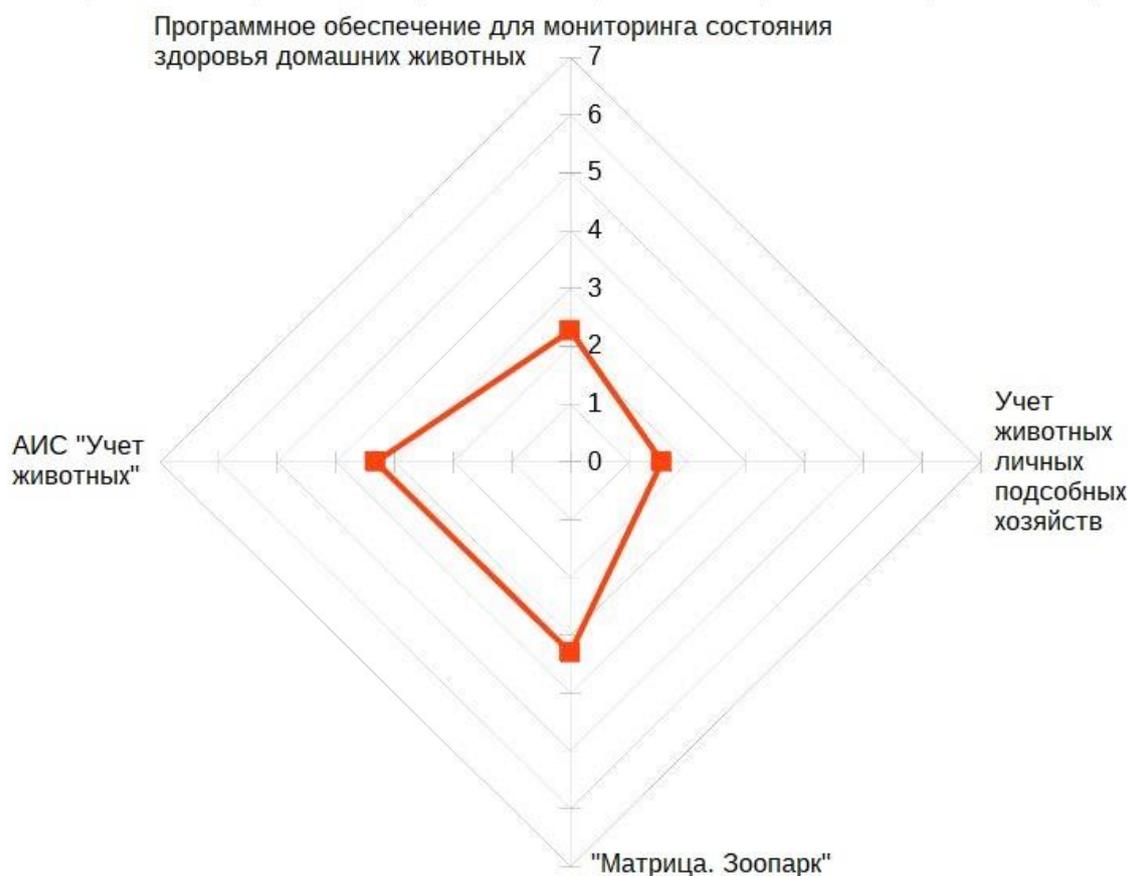


Рисунок 2 - Лепестковая диаграмма интегральных показателей

Исследовав и сравнив аналоги систем по учету животных и отслеживанию статистических данных, были выявлены лидеры среди сравниваемых программ: АИС «Учет животных» и «Матрица. Зоопарк». Однако все программные продукты имеют такие недостатки как не соответствие современным требованиям реализации дизайна интерфейса и полное отсутствие автоматического расчета дат для беременных животных.

### Список литературы

1. Морозов А. О., Рыбанов А. А. Экспертная оценка программных продуктов для расчета метрических характеристик физической схемы базы данных / Современные научные исследования и инновации. 2015. № 1. Ч. 1

[Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2015/01/42101> (дата обращения: 15.03.2020).

2. Рыбанов А. А., Макушкина Л. А. Технология определения весовых коэффициентов сложности тем дистанционного курса на основе алгоритма Саати / Открытое и дистанционное образование. 2016. № 1 (61). С. 69-79.

3. Кондрацкий Д. Е., Рыбанов А. А. Исследование методов и алгоритмов автоматизированной системы оценки альтернативных вариантов методом Т. Саати / NovaInfo.Ru. 2016. Т. 3. № 46. С. 107-116.

## ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

---

УДК 330

### СОСТАВЛЯЮЩИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

**Закомолдина Виктория Владимировна**

магистрант

ФКОУ ВО Академия права и управления (Академия ФСИН России),  
город Рязань

***Аннотация:** в статье изучены основы стратегического управления. Подробно рассмотрены элементы управления, а также этапы стратегического менеджмента.*

*The article examines the basics of strategic management. The elements of management, as well as the stages of strategic management, are considered in detail.*

***Ключевые слова:** стратегический менеджмент, стратегическое управление, этапы управления, элементы менеджмента.*

***Keywords:** strategic management, strategic management, management stages, management elements.*

Стратегический менеджмент (управление) предполагает наличие пяти элементов:

1. умения смоделировать ситуацию (выявить проблемы);
2. умения выявить необходимые изменения (сформулировать цели);
3. умения разработать стратегию изменений (базовые стратегии);
4. умения использовать различные способы воздействия (внедрение и реализация стратегии);
5. умения вносить коррективы в стратегию (управление изменениями).

Умение смоделировать ситуацию (выявить проблемы) позволяет предприятию и организации установить долгосрочные направления развития и указывает на намерение организации занять определенные позиции на рынке товаров и услуг. Поиск обоснованного ответа на вопрос «Каково наше видение будущего организации, что мы намерены сделать и чего добиться?» заставляет руководителей разработать направления развития организации на 5-10 лет.

Управленческое видение того, какой вид организация должна иметь и к какой конкретной позиции на рынке она должна стремиться, представляет собой стратегическое видение. Доведя до всех сотрудников данное видение организации, руководители создают у сотрудников «чувство сопричастности» и убедительно обосновывают направления развития организации в будущем.

Умение выявить необходимые изменения (сформулировать цели) заключается в преобразовании заявления руководства о миссии и направлениях развития в стратегические цели управления, достижение которых обеспечит прогресс организации. Идеальным является тот случай, когда поставленные руководством задачи включают достижение долгосрочных целей. Долгосрочные цели показывают руководству, что необходимо делать, чтобы организация заняла такое положение, которое позволило бы ей хорошо работать в течение длительного времени.

Умение разработать стратегию изменений (базовые стратегии) подразумевает решение главной управленческой проблемы: как достичь необходимых результатов с учетом положения организации и ее перспектив. Цели – это «результаты», а стратегия — «средство» их достижения. Стратегия – это образ действий, которому должны следовать руководители для достижения стратегических и финансовых целей. Решение задачи разработки стратегии начинается с диагностического анализа организации. Только после того, как руководители получают анализ полной картины среды существования, они будут готовы к разработке обоснованной стратегии достижения финансовых и стратегических результатов.

Стратегия организации обычно представляет собой сочетание обдуманых

и целенаправленных действий и предпринимаемых по необходимости ответных действий (при неожиданном развитии событий или возникновении нового конкурентного давления). Будущему всегда свойственна значительная неопределенность, и руководители не в состоянии спланировать заранее все возможные стратегические действия и использовать предполагаемую стратегию без всяких изменений.

Умение использовать различные способы воздействия состоит в том, чтобы запустить стратегию и получить необходимые результаты в планируемое время. Чтобы правильно установить, что должно быть сделано для внедрения и умелой реализации стратегии, а также получения хороших результатов, требуется высокая квалификация. Внедрение стратегии это в основном практическая административная задача. Что необходимо выполнить для эффективной реализации стратегии? Главное – это соответствие между стратегией и организационными возможностями, стратегией и системой вознаграждения, стратегией и внутренней системой поддержки, стратегией и культурой организации. Культура выражается в форме ценностей и убеждений, разделяемых членами организации, подходами к управлению людьми, а также сложившихся поведения и образа мышления.

Умение вносить коррективы в стратегию. Управление изменениями обусловлено появлением новых обстоятельств и необходимостью проведения корректирующих действий. Могут потребоваться изменения долгосрочных направлений развития, сужение или расширение управленческого видения будущего курса предприятия или организации. Критерии могут быть завышены или занижены в зависимости от накопленного опыта и будущих перспектив. Стратегия может привести к изменениям вследствие корректировки долгосрочных направлений развития, установления новых целей или изменения условий внешней среды. Поиск путей более успешной реализации стратегии также является непрерывным процессом. Реализация стратегии возможна при совместном воздействии всей совокупности управленческих решений и множества поэтапных

действий, выполняемых различными целевыми группами и отдельными лицами. Пересмотр финансовых планов, изменение политики, реорганизации, кадровые изменения, совершенствование организации, культурные мероприятия все эти и другие действия являются типичными управленческими инструментами, используемыми для реализации стратегии.

В классической теории стратегического управления выделяют три основных этапа.

1. Диагностический анализ организации. На данном этапе проводится комплексный системный анализ социально-экономического положения организации за последние 5 или 10 лет с целью определения ее положения на рынке отрасли: анализ целей и критериев управления, ранжирование проблем управления, исследование внешней и внутренней среды методами STEP- и SWOT-анализов, выявление конкурентных преимуществ, выбор стратегических приоритетов развития организации. Диагностический анализ значительно улучшается, если его провести совместно с руководством организации.

2. Стратегическое планирование в организации. Выбирается стратегический период планирования. Рекомендуемый период пять лет, а в случае кардинальных изменений возможен период десять лет. Затем с помощью метода экспертных оценок, системного анализа и прогнозирования осуществляется разработка стратегических идей развития, моделирования трехвариантного сценария развития организации на 5 или 10 лет, оптимизация бюджета доходов и расходов и планирование качества трудовой жизни. Результатом является стратегический план экономического и социального развития организации.

3. Разработка стратегий конкуренции. Является важным этапом стратегического управления, на котором разрабатывают конкурентоспособные модели развития организации: общие или военные стратегии, стратегии по стадиям жизненного цикла, продуктивные и портфельные стратегии, комбинированные стратегии в зависимости от масштаба организации. Результатом этапа является совокупность стратегий для организации в целом, ее структурных подразделений,

основных видов продукции.

4. Управление реализацией стратегии. Это один из важнейших этапов стратегического управления, на котором стратегические планы воплощаются в практике управления. В противном случае планы «пылятся» на полке у директора. На данной стадии определяются задачи, условия и этапы реализации стратегии, проводится рационализация системы менеджмента, осуществляется внедрение ЦКП в макро подсистемы предприятия, ведется корректировка стратегии в рамках годового планирования, осуществляется мониторинг реализации стратегического плана, проводится оценка эффективности стратегии по конечным результатам деятельности организации.

### **Список литературы**

1. Терновой А. И. Терновой К. И. Разработка управленческих решений / Менеджмент организации 2007.
2. Жемчугов А. М., Жемчугов М. К. Сильная стратегия предприятия. Разработка и реализация / Стратегическое управление. 2014, №4. С. 304-314.
3. Егоршин А. П. Стратегический менеджмент: учебник для вузов 2013.

УДК 336

**ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО АГРОБИЗНЕСА  
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ****Слипченко Оксана Михайловна**

студент

научный руководитель Моисеенко Жанна Николаевна,

кандидат экономических наук, доцент

ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,

пос. Персиановский

***Аннотация:** в условиях нестабильной макроэкономической ситуации в стране, органами государственной власти и местного самоуправления Краснодарского края особое внимание уделяется разработке и реализации мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в регионе.*

***Abstract:** in the context of an unstable macroeconomic situation in the country, the state authorities and local governments of the Krasnodar territory pay special attention to the development and implementation of measures to ensure sustainable economic development and social stability in the region.*

***Keywords:** entrepreneurship, state support, small business.*

В связи с демографическим ростом населения в России спрос на качественные и доступные продукты питания постоянно увеличивается. Поэтому очень остро встает вопрос о наращивании объемов производства сельхозпродукции. Для этого необходимо развивать агробизнес. Это одна из наиболее важных и перспективных отраслей производства продукции, которая обеспечивает не только продовольственную безопасность страны, но и социальное благополучие ее

граждан. Стоит отметить, что в формировании экономики сельское хозяйство играет одну из основных ролей.

Российские же агропромышленные предприятия сегодня продолжают испытывать немало трудностей, которые определены низким уровнем государственной поддержки. Совершенствование агропродовольственной политики позволит всем сельскохозяйственным предприятиям в полной мере реализовать свой потенциал и достичь конкурентных преимуществ в производстве продукции, которая будет высокорентабельной, что позволит укрепить экономические позиции России на международном рынке. Субсидии, дотации и льготы со стороны государства — это норма в экономически развитых странах. При этом размер финансовых вложений в сельскохозяйственную сферу у них превышает рыночную стоимость производимой продукции почти в 2 раза.

Ситуация в нашей стране на сегодня выглядит совсем по-другому. продолжает существовать огромное количество вопросов, которые должно решить на государство.

А именно: - привлечение инвесторов путем различных льгот, более низких ставок налога;- регулирование цен на сельхозпродукцию государством; - упрощение системы кредитования мелких и крупных аграриев; введение земельно-ипотечных кредитов; - стимулирование развития средних и малых фермерских хозяйств; -контроль правильности начисления и своевременности выплат зарплат работникам сельскохозяйственного сектора; - упрощение и удешевление процедуры постановки на кадастровый учет; -создание целевых программ, направленных на стимулирование кадров и привлечение молодежи в сельское хозяйство; - разработка системы государственной поддержки агропредприятий всех форм собственности; - формирование комплексной программы по защите российских аграриев.

Кубань занимает одно из первых мест по выпуску сельскохозяйственной продукции, поэтому особое внимание в Краснодарском крае заслуживает вопрос поддержки предпринимательской деятельности в агропромышленном

комплексе.

Однако можно отметить, что органы управления регионом за последние несколько лет стали уделять больше внимания данному вопросу. Нормативное регулирование этот вопрос получил с выходом в свет Закона Краснодарского края от 4 апреля 2008 года N 1448-КЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Краснодарском крае», который сформировал целенаправленную работу органов государственной власти Краснодарского края по созданию удобных условий для развития предпринимательской активности жителей Краснодарского края, по оказанию государственной поддержки субъектам предпринимательства, повышению их вклада в развитие экономики и социальной сферы, повышению качества жизни жителей края.

Так же в ходе реализации данного закона в крае проведены мероприятия по упрощению процедуры открытия бизнеса, приняты меры по снижению административных барьеров, сокращению количества проверок субъектов малого и среднего бизнеса. На официальных сайтах и интернет-порталах органов государственной власти Краснодарского края созданы информационно-консультационные разделы, в которых размещаются нормативно-правовые акты и информационные материалы, способствующие оказанию помощи физическим лицам в открытии предпринимательской деятельности и предоставлению государственной поддержки субъектам малого и среднего бизнеса.

В регионе активно реализуется целевая программа «Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в Краснодарском крае». В ее рамках для оказания помощи начинающим предпринимателям на Кубани образована некоммерческая организация «Фонд микрофинансирования субъектов малого и среднего предпринимательства Краснодарского края». Целью данного фонда является увеличение доступа субъектов малого бизнеса к кредитным ресурсам. Этот фонд предоставляет поручительства в объеме до 70 % от суммы кредита, получаемого агропредприятиями Краснодарского края в кредитных организациях.

На территории Краснодарского края активно ведется помощь в развитии животноводства, овощеводства, садоводства, виноградарства, производства сельскохозяйственной органической продукции, перерабатывающего производства.

Целями данной поддержки является:

- 1) оказание содействия субъектам малого предпринимательства в увеличении производства и реализации сельскохозяйственной продукции, а также в продвижении производимых ими товаров на сельскохозяйственный рынок;
- 2) развитие субъектов малого предпринимательства в целях формирования конкурентной среды в экономике Краснодарского края;
- 3) повышение финансовой устойчивости субъектов государственной поддержки края;
- 4) обеспечение ускоренного развития приоритетных отраслей агропромышленного комплекса Краснодарского края;
- 5) стимулирование использования научно-технических достижений.

Хочется отметить, что в условиях нестабильной макроэкономической ситуации в стране, органами государственной власти Краснодарского края особое внимание уделяется разработке и реализации мероприятий по обеспечению социальной устойчивости, а также постоянного развития экономики в регионе. Особое внимание уделяется поддержке агропромышленного комплекса и мероприятиям, направленным на решение вопросов импортозамещения. Органы государственной власти активно оказывают практическую, организационную и информационную помощь предпринимателям.

### **Список литературы**

1. Закон Краснодарского края от 01.06.2018 N 3804-КЗ;
2. Закон Краснодарского края от 05.05.2019 N 4026-КЗ.
3. Зелинская М. В., Болтава А. Л. Особенности состояния региональной экономики Краснодарского края / Экономика и предпринимательство. - М., 2014. - № 11-3. - С. 223-227.

## ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

---

УДК: 372.879

### ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА КАК СРЕДСТВО ОПТИМИЗАЦИИ В ВОПРОСЕ СОХРАНЕНИЯ ЗДОРОВЬЯ СТУДЕНТОВ

**Зангиева Марина Жураповна**

кандидат педагогических наук, доцент кафедры физической культуры и спорта  
ГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный институт» (СОГПИ)

г. Владикавказ

***Аннотация:** в статье рассматривается значение физической культуры и спорта как средства оптимизации сохранения и повышения здоровья и работоспособности студентов, раскрывается проблема недостаточной физической активности студентов, и как следствие низкий уровень двигательных качеств.*

***Abstract:** the article considers the importance of physical culture and sports as a means of optimizing the preservation and improvement of students' health and working capacity, reveals the problem of insufficient physical activity of students, and as a result, a low level of motor qualities.*

***Ключевые слова:** студенты, физическая культура и спорт, двигательная активность, профессиональная деятельность, здоровый образ жизни, физическое воспитание.*

***Keywords:** students, physical education and sport, physical activity, professional activity, healthy lifestyle, physical education.*

Физическая культура и спорт являются многогранными социальными явлениями современного общества. Занятия физической культурой и спортом это не только физическое здоровье и физическое совершенствование студентов, но

и весь комплекс воспитательного, оздоровительного, профилактического воздействий.

Современная система физического воспитания студенческой молодежи является приоритетной в формировании физической культуры как вида общей культуры, здорового образа и спортивного стиля жизни будущих специалистов. В настоящее время весьма актуальной задачей в условиях увеличения учебной нагрузки студентов представляется проблема повышения работоспособности и функциональных возможностей обучающихся.

Одним из главных факторов сохранения здоровья молодого поколения является физическая активность, которая влияет на многие аспекты жизни студенческой молодежи. Физическая культура и спорт призваны повысить двигательную активность студентов, улучшить профессионально-прикладную готовность и оптимизировать учебную работоспособность путем снятия нервно-эмоционального напряжения, продолжить формирование знаний, умений и навыков, связанных с проведением самостоятельных физкультурно-спортивных занятий.

Целью физического воспитания и образования в ВУЗе является сохранение и укрепление здоровья, формирование у студентов сознательного и активного отношения к физической культуре, спорту и здоровому образу жизни, повышению физической активности. Сегодня возрастает значение средств физической культуры и спорта для оптимизации режима жизни, активного отдыха, сохранения и повышения работоспособности студентов на протяжении всего периода обучения в вузе.

Повышение роли направленного использования средств физической культуры в период обучения в вузе обусловлено тем, что рабочий режим студента характеризуется малоподвижностью, однообразием рабочей позы на протяжении 8 -10 часов. Физические упражнения в этих условиях являются основным фактором противодействия отрицательным последствиям гиподинамии, а также умственной и нервно-эмоциональной нагрузки [3].

В структуре физической культуры студентов стержневым является.

формирование двигательной активности, мотивационного компонента и здорового образа жизни. Необходимым условием гармоничного развития студентов считается достаточная двигательная активность, так как уровень здоровья тесно связан с уровнем двигательной активности и физической подготовленностью студентов.

В современной жизни от студентов требуется более динамичная и эффективная работа над собой, а уровень здоровья резко снизился, поэтому физическая подготовленность является важнейшим компонентом здоровья физического потенциала. В процессе обучения у студентов следует постоянно вырабатывать навыки здорового образа жизни в аспекте повышения двигательной активности, и что немаловажно, позиционировать физическую культуру не только как обязательную учебную дисциплину, но и как базу для формирования культуры здоровья [4]. Для сохранения здоровья и высокого уровня физических качеств, студентам необходим двигательный режим [2]. Недостаточная физическая активность, оказывает негативное влияние на физическую подготовленность, поэтому уровень развития двигательных качеств студентов не отвечает требованиям, и находится на достаточно низком уровне, а это не может не вызывать тревогу.

Следовательно, необходимость поиска путей повышения эффективности физического воспитания молодёжи на сегодняшний день обусловлена следующим: в системе вузовского образования физическое воспитание занимает особое место, являясь важным фактором оздоровления нации, формирования здорового образа жизни, укрепления здоровья и всестороннего развития личности [1].

Регулярные физические упражнения снижают заболеваемость, помогают повысить двигательную активность, а также способствуют эффективному воспитанию ценных личностных качеств [5]. Поэтому сегодня возрастает значение физической культуры и спорта как средства оптимизации режима жизни, активного отдыха, сохранения и повышения работоспособности студентов на протяжении всего периода обучения в вузе. Следовательно, необходимо помнить, что систематические занятия физической культурой и спортом сохраняют здоровье,

молодость, долголетие будущим специалистам в их профессиональной деятельности [4].

Таким образом, развитие и сохранение здоровья молодого поколения средствами физической культуры и спорта имеет на сегодняшний день приоритетное значение, а здоровый образ жизни и его составляемые являются фундаментом и важной предпосылкой для выполнения социальных функций, и достижения активного долголетия в профессиональной деятельности [3].

### Список литературы

1. Благущ П. К. К теории тестирования двигательных способностей. - М.: Физкультура и спорт, 2002. – 166 с.
2. Горохов М. С. Роль физической культуры и спорта в улучшении здоровья населения Российской Федерации М; Научно-практический медицинский журнал «Здравоохранение сегодня», Том 1, 2010.
3. Дубровский В. И. Спортивная физиология. - М.: изд. - Владос, 2009.
4. Завьялов, А. И. Физическое воспитание студенческой молодежи / А. И. Завьялов, Д. Г. Миндиашвили. -Красноярск, 1996
5. Саун, Э. И. Построение учебного процесса по физическому воспитанию студентов в вузе [Текст]: учеб. пособие / Э. И. Саун. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2011. – 208 с.

## ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

---

УДК 81.255

### ЛОКАЛИЗАЦИЯ ПРИ ПЕРЕВОДЕ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ (НА ПРИМЕРЕ РЕКЛАМЫ СПОРТИВНЫХ БРЕНДОВ)

**Карачина Татьяна Игоревна**

студент

**Курмаева Ирина Ильдаровна**

доцент, кандидат филологических наук

ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,

город Казань

***Аннотация:** статья посвящена особенностям передачи реалий, встречающихся в рекламных текстах на английском языке, на русский язык с помощью локализации или культурной адаптации. В статье предложены варианты перевода слоганов при локализации рекламного материала и их классификации на основе 52 единиц рекламного дискурса, отобранных на иностранных сайтах.*

*The article is devoted to the peculiarities of translating the realities found in advertisements in English into Russian using localization or cultural adaptation. The article offers options for translating slogans in the process of localization of advertising materials and their classification based on 50 units of advertising discourse selected on foreign sites.*

***Ключевые слова:** рекламный дискурс, слоган, локализация, переводческий процесс, культурная адаптация, спортивный бренд, реалия.*

***Key words:** advertising discourse, slogan, localization, translation process, cultural adaptation, sports brand, reality.*

К решению проблемы перевода культурно маркированных текстов

подходят с разных точек зрения и позиций. На сегодняшний день особую трудность представляет направление, связанное с локализацией материала исходного текста. Языковая локализация традиционно определяется как перевод и культурная адаптация текста к особенностям определенной страны, региона или группы населения. Когда сталкиваются разные языковые восприятия картины мира, то при их сопоставлении зачастую обнаруживаются большие и довольно существенные расхождения. Таким образом, передать особенность образа мышления определенного народа, его менталитет, а также историко-культурную специфику языка лексическими единицами другого через локализацию является первоочередной задачей [1, с. 20].

Материалом работы послужили рекламные тексты, связанные с продвижением спортивных товаров, отобранные методом сплошной выборки из электронных СМИ.

Так как локализация в переводе отобранных нами примеров проявляется через грамматические и лексические трансформации, то для классификации отобранного материала мы взяли за основу классификацию Я. И. Рецкера. Под грамматическими трансформациями подразумевается: изменение порядка слов, изменение структуры предложения (полное и частичное), замена частей речи и членов предложения, добавление слов, опущение слов [7, с. 33].

К лексическим трансформациям он относит следующие: дифференциация значений, конкретизация значений, генерализация значений, смысловое развитие, антонимический перевод, целостное преобразование, компенсация потерь в процессе перевода [6, с. 15].

В результате нашего исследования было выявлено, что только 20% от общего числа отобранного материала приходится на грамматические трансформации. Таким образом, можно констатировать, что процесс локализации при переводе рекламных текстов происходит в большей степени на уровне содержания слов, а не их грамматических особенностей. Тем не менее, 20% это пятая часть всех примеров. Из классификаций Я. И. Рецкера нам встретились только такие

трансформации, как замена частей речи, добавление и опущение слов. Большинство примеров вошло в классификацию «замена частей речи». Она занимает 50% от общего числа примеров в категории «грамматические трансформации». Приведем пример замены части речи в процессе локализации. Всеми известный слоган спортивной фирмы «Adidas» «Impossible is nothing» на русский язык переводится «Невозможное возможно». Как можно заметить, в оригинале сказуемым служит местоимение «nothing», а при переводе наречие «возможно». Это объясняется тем, что при неадаптированном переводе получили бы «Невозможное-это ничто», где «ничто» для русских людей может нести оскорбительный характер, что неприемлемо в сфере предоставления услуг и рекламы. Но здесь мы можем заметить не только процесс замены части речи, но и прием антонимического перевода, что еще раз подчеркивает вышесказанное нами утверждение, что границы между группами могут быть неясными.

Самый меньший процент среди грамматических трансформации и общего количества отобранного дискурса занимает прием добавления слов, а именно, 10 % и 2 % соответственно. Следует обратить внимание, что речь идет только о добавлении слов без затрагивания лексических трансформаций. Примером служит слоган «Find your groove», где слово «groove» в профессиональном лексиконе означает «меленькие ворота с сеткой», но одновременно в обычном использовании означает «красивый, идеальный». Таким образом, при переводе не будет являться ошибкой использование всех понятий для передачи точного смысла и стилистической окраски слогана. Получаем перевод «Найдите свою идеальную сетку для игры», который помогает русскому человеку понять о каком именно спортивном инвентаре идет речь, так как данный тип ворот в нашей стране не популярен.

Теперь обратимся к анализу лексических трансформаций, встретившихся в отобранном нами рекламном материале. Самую большую группу образует тип лексической трансформации «смысловое развитие», на долю которого приходится 37 % от максимального числа слоганов. В своей категории «лексические

трансформации» этот способ перевода тоже является лидером и занимает 46%. Такой высокий процент обусловлен универсальностью данного типа трансформации и наличием множества схожих понятий в английском и русском языке, которые все-таки являются разными, но связь между ними может быть установлена путем нетрудных логических размышлений. Рассмотрим наш пример использования смыслового развития в процессе локализации. «Get it while you can» при переводе приобретает вид «Лови момент». Любой русский человек услышав неадаптированный перевод «Бери пока можешь» без усилий поймет, что речь идет об полезном использовании своего времени или, связывая это с рекламным обращением, о сезонных скидках, которые продолжаться не очень долго. Однако это можно воспринять как указание на возраст человека, что все люди рано или поздно уходят из жизни. Для этого во избежание недопонимания следует адаптировать перевод и придать ему позитивный посыл через известное каждому русскому человеку выражение «Лови момент». Не менее ярким примером может послужить слоган «Smart may have the brains, but Stupid has the balls». При неадаптированном переводе получим стилистически окрашенное предложение, но в низком реестре («balls» с разг. англ. «яйца»). Использование грубых выражений в России воспринимается крайне негативно в отличие от Америки, хотя и в русском языке вышеупомянутое слово тоже ассоциируется со смелостью и отвагой. Поэтому локализуя данный слоган следует путем модуляции вывести стиль слогана из низкого в высокий реестр, а именно «У умных есть мозги, у глупых – смелость». Таким образом, на основе логических связей между понятиями нам удалось сохранить первоначальный смысл и при этом избежать языковых неловкостей.

При исследовании нами было также отмечено, что почти наравне с типом «смысловое развитие» стоит тип трансформации «целостное преобразование». На его долю приходится 27 % от общего числа примеров и 33 % в категории «лексические трансформации». Сразу обратимся к примеру. «There is no «I» in team сапору» дословно переводится как «В навесе команды нет «I»». Только

изучающий английский язык человек поймет, что речь идет об образовании множественного числа слова «сапору»- «сапоріes», поэтому неадаптированный перевод никаким образом не сможет передать смысл исходного сообщения и лишь введет в заблуждения. В данном случае только прием целостного преобразования сможет донести до реципиента значение, скрытое под языковой реалией. Верный перевод- «Один навес- целая команда». Основываясь на этом и других примерах, мы пришли к выводу, что, когда в примере встречаются реалии, которые даже логически тяжело связать с культурой русского народа, единственно возможным способ передачи будет целостное преобразование слогана.

Говоря о приеме, который является самым неиспользуемым при локализации в переводе, мы выделяем «генерализацию». Анализ показал, что данный прием перевода только усложняет восприятие реципиентом слогана, так как человеку хочется конкретно знать, что именно ему предлагает тот или иной бренд, на каких условиях и что от него требуется. Генерализация же, наоборот, размывает конкретность, обобщая предлагаемые товары. На основе исследования генерализация занимает всего 2 % от общего числа примеров и столько же в категории «лексические трансформации», что свидетельствует о равной непопулярности в обеих группах.

Подводя итог всей работы, хочется отметить тот факт, что нами еще раз было доказано превосходство лексических преобразований над грамматическими в процессе локализации рекламного материала спортивных товаров и услуг. Но вопрос об универсальном способе перевода при адаптации слоганов не имеет однозначного решения, так как результаты не показали сто процентный результат и утверждать, что целостное преобразование или смысловое развитие являются единственными способами передачи культурных особенностей языка, не представляется возможным. Однако можно утверждать, что они служат прекрасными помощниками для переводчика, так как не ограничивают его рамками, а дают возможность для полной передачи смысла через те лексические единицы языка, которые переводчик считает уместными для использования. Также

необходимо владеть знаниями о культуре, ценностях и интересах реципиента, чтобы предвидеть его возможную реакцию и довести перевод до идеального.

### Список литературы

1. Арнольд И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность: Сборник статей / Науч. редактор П. Е. Бухаркин. — СПб.: Изд-во С.-Петербур. унта, 1999. — 444 с.
2. Беляев В. И. Маркетинг: Основы теории и практики: учебник – 3-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2009. – 672 с.
3. Делятицкая А.В. Мировая экономика: Учебное пособие / М: МГУП, 2000 – 100 с. 150 экз.
4. Дрю Ж-М. Ломая стереотипы. Под ред. Л. А. Волковой. – СПб.: Питер, 2002. – 272 с.
5. Казакова Т. А. Практические основы перевода. English – Russian – Серия: изучаем иностранные языки. - СПб.: «Издательство Союз», - 2001. – 320 с.
6. Колшанский Г. В. Контекстная семантика. Серия «Лингвистическое наследие XX века». Изд. 2. – М.: Высшая школа, 2005. – 251 с. 56 10. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. Учебное пособие. – М.: ЭТС, 2001. – 450 с.
11. Комиссаров В. Н. Теория перевода. М.: Высшая школа, 1990, 253 с.
7. Раренко М. Б. Основные понятия переводоведения (отечественный опыт). Терминологический словарь-справочник «Directmedia», 16 мар. 2013 г. – 261 с.

**«Научные исследования: проблемы и перспективы»**  
**XV Международная научно-практическая конференция**  
*Научное издание*

Издательство ООО «НИЦ ЭСП» в ЮФО  
(Подразделение НИЦ «Иннова»)  
353440, Россия, Краснодарский край, г.-к. Анапа,  
ул. Крымская, 216, оф. 32/2  
Тел.: 8-800-201-62-45; 8 (861) 333-44-82  
Подписано к использованию 24.03.2020 г.  
Объем 686 Кбайт. Электрон. текстовые данные

ISSN 978-5-95283-275-6



9 785952 832756 >