



ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В НАУЧНОЙ СРЕДЕ

Сборник статей по материалам международной научно-
практической конференции 12 января 2017 г.

г. Екатеринбург

УДК 001.1

ББК 94.3

Редакционная коллегия сборника:

Конюхов В.Ю., кандидат технических наук, профессор
Нечаев А.С., доктор экономических наук, профессор
Федчишин В.В., кандидат технических наук, доцент
Харинский А.В., доктор исторических наук, профессор
Толстой М.Ю., кандидат технических наук, профессор
Верхотуров В.В., доктор биологических наук, профессор
Федотов К.В., доктор технических наук, профессор
Евстафьев С.Н., доктор химических наук, профессор
Анциферов Е.А., кандидат технических наук, доцент
Иванов Н.А., кандидат физико-математических наук, доцент
Наумов И.В., доктор исторических наук, профессор

Инновационные процессы в научной среде: сборник материалов международной научно-практической конференции (г. Екатеринбург, 12 января 2017г.) – Иркутск: «Научное партнерство «Апекс», 2017. – 50 с.

Сборник содержит тексты научных докладов участников международной научно-практической конференции «Инновационные процессы в научной среде», состоявшейся 12 января 2017 г. в Екатеринбурге. Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

Сборник статей постранично размещён в научной электронной библиотеке eLibrary.ru и зарегистрирован в наукометрической базе РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) по договору № 2306-10/2016К. от 24 октября 2016 г.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФАКТОРИНГА В РОССИЙСКОЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ

Савич Е.О., Кормильцина Т.В., Хуаде С.Н.

студентки 3 курса Южного института менеджмента, г. Краснодар, Россия

Аннотация: В условиях экономической нестабильности в значительной степени возрастают риски неплатежей по договорам с отсрочкой оплаты. Поскольку предотвратить возникновение дебиторской задолженности невозможно, особую популярность приобретают факторинговые услуги, предоставляемые коммерческими банками.

Ключевые слова: факторинг, факторинговые операции, дебиторская задолженность.

В настоящее время процесс соперничества коммерческих банков приводит к тому, что банки все чаще включают в свой сервис нетрадиционные услуги с целью повысить свою конкурентоспособность. Наиболее востребованной и популярной нетрадиционной услугой является факторинг.

С экономической точки зрения факторинг (от английского factor – агент, посредник) – это торговля долговыми обязательствами. Факторинг представляет собой разновидность финансовых операций, при которых банк или специализированная компания приобретает денежные требования на должника и сама взыскивает долг в пользу кредитора за определенное вознаграждение. Отношения между сторонами по договору финансирования под уступку денежного требования регулируются ст. 824–833 гл. 43 ГК РФ «Финансирование под уступку денежного требования» [1].

Более подробно рассмотреть особенности факторинга и его функции можно в положениях Конвенции международного института унификации частного права, в соответствии с которой факторинг представляет собой соглашение, которое заключено между финансовым посредником и поставщиком [3]. По этому соглашению:

1. Поставщик уступает фактору дебиторскую задолженность, которая вытекает из соглашения о продаже продукции, заключенного между поставщиком и клиентом, иную, чем та, которая вытекает из продажи продукции, приобретенной по большей части для личных нужд [4].

2. Фактор выполняет следующие задачи:

- финансирование поставщика;
- ведение бухгалтерских счетов;
- сбор дебиторской задолженности;
- защита от ошибок при погашении дебиторами задолженности.

3. Извещение об уступке дебиторской задолженности отдается дебиторам.

Факторинг обладает рядом преимуществ. Он позволяет организациям, с одной стороны, осуществлять продажу с отсрочкой платежа, а с другой стороны, получить немедленную оплату и на этом ускорить движение капитала, а также заниматься текущей предпринимательской деятельностью, без необходимости контроля за процессом погашения задолженности.

Главное отличие факторинга от простой отсрочки платежа состоит в том, что поставщик точно знает срок, когда деньги будут зачислены на его счет. Для поставщика при продаже на постоянной основе будет удобно то, что поставка продукции и финансирование будет длиться одинаково по времени, тем самым будет автоматически увеличиваться по мере увеличения объемов продаж. Более того, при факторинговых операциях существенно уменьшается риск неплатежей.

Еще одно преимущество факторинга – это отсутствие обеспечения и оформления большого количества документов. Это преимущество делает факторинг более заманчивым, чем традиционный кредит, и более доступным для высокорисковых организаций. Получение банковского финансирования в качестве факторинга никак не отразится на объеме кредиторской задолженности клиента, что дает право предприятиям брать дополнительные виды финансирования, например, овердрафт и т.п.

На международном уровне факторинг наиболее выгоден для участников национальных хозяйственных отношений, поскольку дает возможность местным экспортерам и импортерам предлагать отсрочку при внешнеторговых сделках с иностранными контрагентами, что содействует развитию международной торговли. Исходя из всего этого можно сделать вывод, что факторинг благоприятствует развитию экономики как на микро, так и на макроуровне [6].

Особую роль факторинг играет в банковской деятельности. Его относят к забалансовым или нетрадиционным банковским услугам. Включение факторинга в список предоставляемых услуг позволяет банку повысить свою клиентскую базу, увеличить пассивы за счет платежей дебиторов, а также возможность предложить корпоративным клиентам, которые обращаются в банк с целью получить именно услуги факторинга, серию других банковских услуг. Также преимуществом факторинга является высокая доходность, если сравнивать со многими традиционными кредитными услугами банка. Еще одним преимуществом выступает высокая лояльность клиентов из-за того, что переход от одного фактора к другому сопровождается большими временными и денежными затратами, это связано с изменением ведения документооборота и всевозможных бизнес-процессов [2].

В России применение факторинга в качестве банковской услуги может быть затруднено. Основными причинами выступают:

- ограниченность и высокая стоимость привлечения финансовых ресурсов на межбанковском рынке, вызванная недостаточно гибкой политикой ЦБ РФ;

- ограниченность и высокая стоимость привлечения финансовых ресурсов на внешних финансовых рынках, вызванная финансовым кризисом и санкциями;

- недостаточный объем свободных средств на отечественном рынке долговых обязательств и т.п.

Поскольку одной из основных задач осуществления факторинга является исключение нарушения исполнения дебиторами платежных обязательств, банки и факторинговые компании в периоды экономического спада могут столкнуться с большими трудностями, связанными с невозвратом дебиторами суммы задолженности. По этим причинам факторинг характерен в основном для банков «верхнего эшелона», занимающих лидирующие позиции. Так, согласно данным Ассоциации факторинговых компаний, на данный момент наибольшие доли в обороте рынка занимают ВТБ Факторинг (21,2 %), Промсвязьбанк (20,8 %), Альфа-банк (10 %), Банк «Петрокоммерц» (6 %), РБ Факторинг (4 %). Для остальных же банков и организаций образуются барьеры при вхождении в данную отрасль [5].

Несмотря на все эти факторы, которые тормозят развитие банковского факторинга, отечественный рынок факторинга развивается высокими темпами, которые опережают соответствующие атрибуты банковского кредитования. Предполагается, что при дальнейшем развитии рынка, факторинг будет составной частью линейки банковских операций большинства российских банков.

Таким образом, коммерческие банки, обладая финансовыми ресурсами для осуществления факторинговых операций, реализуют потенциальные возможности по расширению числа своих клиентов путем предоставления им комплексного обслуживания на финансовом рынке. Банки могут привлекать новых клиентов через своих постоянных партнеров, так как многие коммерческие фирмы и компании-производители заинтересованы в том, чтобы их контрагенты и покупатели обслуживались в одном банке. Это упрощает расчеты, позволяет избегать задержки платежей, способствует устойчивости банка, если предприятия - клиенты банка диверсифицированы по широкому спектру отраслей экономики.

Список использованных источников:

1. Гражданский кодекс РФ. //СПС Консультант-Плюс.
2. Ермоленко О.М. Инновации в коммерческих банках как процесс развития конкурентоспособности банковского сектора // Экономика и предпринимательство. 2015. № 4-2 (57-2). С. 753-756.
3. Конвенция УНИДРУА «О международном факторинге». //Режим доступа: <http://sta-logistic.ru>.
4. Плотникова А.Р., Пугина К.А., Чумакова Н.А. Первичный учет расчетов с поставщиками и покупателями. В сборнике: Динамика развития современной науки Международная научно-практическая конференция. 2015. С. 92-95.
5. Сайт Ассоциации факторинговых компаний. Режим доступа: <http://asfact.ru>.
6. Чумакова Н.А., Сапрыкина В.Ю. Современные тенденции внешнеэкономической деятельности // Научный вестник Южного института менеджмента. 2016. № 4 (16). С. 42-46.

УДК 330.34

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ В ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ

Семченко Т.Г.

Магистрант 1-го года обучения кафедры Менеджмента и инновационных технологий, ИУЭС ЮФУ, г. Таганрог, Россия

Аругюнова Д.В.

Канд. эконом. наук, доцент, доцент кафедры Менеджмента и инновационных технологий

Аннотация: Современные реалии сферы услуг свидетельствуют о чрезмерном расширении рынка и инструментов внутри него. Вследствие этого, не только значительно возросли массивированные рекламные кампании, вырос уровень креатива, появились новые нестандартные подходы продвижения бизнеса, но так же появилась необходимость в нужной оригинальной, ранее не существовавшей маркетинговой концепции. Данная потребность, открывает возможность найти и привлечь новые инновационные продукты, внедрить инновационные технологии, что в свою очередь открывает возможность для повышения производительности труда, что так же ведет к успешной работе на предприятиях индустрии питания.

Ключевые слова: инновация, индустрия питания, производительность труда, инновационная деятельность.

Целью настоящего исследования является выявление возможности повышения эффективности труда в индустрии питания и способы реализации этого процесса. Стремительно меняющиеся социокультурные и социально – экономические реалии современного мира выдвигают жёсткие требования, в том числе, и к сфере услуг, обеспечивающей самые разнообразные потребности людей. Индустрия питания выступает, как одна из самых распространенных и разветвлённых секторов сферы услуг, что еще больше усложняет структуру и делает более пассивным рутинные привычки персонала. Для преодоления обыденности, необходим целенаправленный рывок в пространство инновационных технологий. Постепенное и последовательное их применение позволит расширить горизонты конкурентоспособности.

Управление инновационным процессом – это ключ к современной организации инновационной деятельности на микро- и макроуровнях.

Инновационная деятельность в привычном понимании, сводится к созданию и внедрению новшеств, но нельзя забывать, что она включает в себя разработку соответствующих структур, организационных форм хозяйствования и управления на производственных предприятиях [1].

В производстве пищевых продуктов и на предприятиях по оказанию услуг общественного питания также происходят реальные изменения: активное развитие новых форматов услуг, предприятий питания, современных форм обслуживания. Рассматривая малый и средний бизнес, можно заметить, что большинство предприятий индустрии питания, страдает от противоречий между растущим спросом на инновационные организационно – экономические механизмы и прогрессивных технологий обслуживания, что в свою очередь подкреплено нехваткой финансовых и организационно – экономических возможностей, для того чтобы их внедрить. Для искоренения противоречий, необходима разработка и улучшение механизма инновационного управления индустрией питания на всех его уровнях, с учётом комплексной структуры этого сложного вида бизнеса. К неотъемлемым элементам, можно отнести следующее: интеллектуальные, технические, организационные, маркетинговые, производственные и финансовые операции.

Далее будут представлены и проанализированы наиболее интересные способы, позволяющие реализовать инновации в ресторанном бизнесе:

1. Техническая составляющая, связанная с введением новых видов техники. Внедрение компьютерной техники, способствует облегчению работы с клиентами и усовершенствованию процесса сервисного производства. Так сейчас, существует огромное количество ресторанов, совмещающие в себе современные, актуальные инновации в примитивном заведении. Наиболее известная идея, связанна с совмещением Интернет ресурса и обычного кафе. На каждом отдельном столике, установлены мониторы с интерфейсом для удобного просмотра меню, где так же посетители могут брать с собой флэш-карты для развлечения или работы.

2. Организационно - технические, связаны с наиболее эффективными видами предоставляемых услуг и организационными нормами труда. Улучшая качество обслуживания, рестораны увеличивают количество постоянных гостей, а следовательно, растет прибыль. Ярким примером служат японские

рестораны, которые так же прижились и в Москве начиная с 2001 года, где вместо официантов, каждый посетитель может сам себе выбрать пищу, с тарелок в виде корабля, которые проплывают мимо них, между столами [2].

3. Комплексные программы, охватывающие разнообразные стороны сервисной деятельности. Сегодня клиент приходит в кафе или ресторан, не столько за едой, а впечатлениями, под которыми понимаются: новыми способы обслуживания, нестандартная подача, особенный ассортимент.

Анализ наиболее распространенных путей реализации инновации, позволит приступить к процессу выбора инновационной стратегии. Наряду с этим, важно принимать во внимание следующие факторы: риск, анализ ранее существовавших стратегий и фактор, связанный с выбором времени.

Новые идеи, усовершенствованные ресторанные услуги, нестандартные формы организации, имидж – всё это открывает широкий путь для инновационного развития.

Список использованных источников:

1. Морозова, Ю.Л. Инновационный менеджмент / Ю.Л. Морозова. - Н. Новгород, Изд-во ННГУ, 1998.
2. Сазанов, Д.Н. Анализ инновационной политики / Д.Н. Сазанов, И.П. Титова, О.Б. Шабанова. - СПб.: ГУЭФ, 1998.

УДК 81

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ НЕПОЛНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ В ЗАГОЛОВКАХ ПЕЧАТНЫХ СМИ

Наволока Ю.С.

Аспирант 2-го года обучения ИФЖ и МК ЮФУ, г. Ростов-на-Дону,
Россия

Аннотация: в данной статье рассматриваются особенности построения неполных предложений в заголовках печатных СМИ и их функции.

Ключевые слова: неполные предложения, заголовки, газетная речь, структура, контекст, лиды, внетекстуальные заголовки.

Определение неполных предложений, удовлетворяющее представителей разнообразных концепций в современной лингвистике -

задача достаточно сложная в сравнении с практическим их различением, так как неполные предложения, как и другие синтаксические явления, многоаспектны. С точки зрения семантики, предложение может быть полным, а с точки зрения структуры – неполным, и наоборот. Сравним: Я – к окну. По семантике это предложение полное, а по структуре неполное. Он был там – по строению это предложение полное, а по значению, с точки зрения речевой семантики – непонятное вне определенного контекста и ситуации.

Обычно в определение неполных предложений включают указание на контекст или ситуацию, которые подсказывают лишь лексическую конкретность опущенных членов предложения, то есть определяют речевое значение опущенных словоформ.

Неполные предложения характерны для газетной речи, поэтому материалом для анализа неполных предложений послужили различные газетные заголовки. Усиление информативности публицистических текстов ярко проявилось в заголовках. Здесь наиболее заметные изменения связаны с принципиальной заменой именных заголовков глагольными. Большинство заглавий информационных материалов в газетах – двусоставные предложения с глагольным сказуемым. Они сжато выражают содержание материала и играют роль своеобразных лидов, например: Цены растут, но медленнее, чем в прошлом году. Еще одно изменение, касающееся экспликации информационной функции, – отражение общего движения стилистических изменений публицистической речи «сверху вниз» (на снижение стиля) в уменьшении сдержанности, официальности передачи информации, в субъективизации дискурса новостей.

Необходимо отметить, что воздействующий характер газетных текстов отражается в побудительности, социальной оценочности, изобразительности. В доперестроечной прессе экспрессивная функция подавляла и трансформировала информативную, содержательно отличалась жесткой императивностью, одноплановостью и однонаправленностью, приводящей к модификации коммуникативного акта. В современных газетах эти функции – информационная и воздействующая, – освобождаясь от деформаций, все более выступают в своей основной роли – информирования и экспрессивности.

Воздействие является неотъемлемым содержательным и функциональным компонентом газетной публицистики. Речевое воздействие

непосредственно соотносится с психологическим воздействием (т.к. влияет на подсознание) и коммуникативным воздействием (т.к. предполагает наличие субъекта и объекта речевой деятельности). В современных газетных публикациях речевое воздействие очень часто выступает в комбинации с невербальными средствами (фотографии, карикатуры, рисунки). С этим же связаны и особенности заголовков газет, целью которых является привлечь внимание читателя. Газетные заголовки можно подразделить на следующие виды:

1) Внетекстуальные заголовки - они связаны не с конкретным текстом материала, а скорее с внетекстовой ситуацией, которая является более интересной, по сравнению с содержанием текста.

2) Заголовки, представляющие собой один из тезисов публикации. В отличие от содержательных заголовков качественной прессы, бульварные заголовки стараются не выдавать всю суть истории, а лишь привлекают внимание какой-нибудь деталью.

3) Заголовок, представляющий собой прямое искажение, подтасовку содержащихся в тексте фактов.

В первую очередь рассмотрим заголовки, представляющие собой неполные предложения в общественно-политической прессе.

Неполные предложения с отсутствием сказуемого

«До конца апреля двойная выгода!» («Сальская степь») - объявление-реклама о кредитных займах. Данная синтаксическая конструкция представляет собой неполное эллиптическое предложение с косвенным, ассоциативным восполнением сказуемого. В построении предложения используется инверсия, выдвигающая на первый план обстоятельство времени, которым подчеркивается ограниченность времени.

Неполные предложения (присоединительная конструкция)

«На заседании городского совета поднята важная проблема. Проблема на одно место» («Молот») Данная синтаксическая конструкция представляет собой особый вид неполных предложений, это так называемая присоединительная конструкция, передающая мысль, возникшую после основного высказывания. Присоединение, выступая как одно из средств актуализации, позволяет усилить значение присоединяемых членов предложения. В основе данного заголовка лежит парцелляция, за счет нее и

создается неполнота второго предложения. Лишь из содержания статьи становится понятно, о какой проблеме идет речь: статья посвящена проблемам ЖКХ, в частности проблемам канализации.

Неполные предложения, построенные на основе причастного оборота. Причастия имеют оттенок книжности, употребляются, как правило, в письменной речи. Многие из причастий имеют стилистический оттенок торжественности.

«Творящие добро» («Российская газета») – еще один пример заголовка, построенного на основе причастного оборота. Данная синтаксическая конструкция - неполное контекстуальное предложение, в котором деятеля-подлежащее можно добавить в зависимости от обстановки речи, а именно, речь идет о читателях газеты «Аргументы и факты», которые за 2012 год собрали для нуждающихся 65 млн. рублей.

Функционируя не только в виде самостоятельной единицы, неполные предикативные единицы могут быть компонентом сложного предложения. В нем они выступают дополнительным средством связи, так как их неполнота является способом вхождения предикативной единицы в высказывание. Здесь мы можем говорить о неполноте, заданной условиями функционирования предикативной единицы в высказывании.

Неполные высказывания, традиционно считающиеся особенностью диалогической речи, широко представлены в заголовках разных типов газетных текстов. Основная причина их употребления - актуализация текущей информации, привлечение внимания реципиента к описываемому далее событию или факту, что создает динамическую прогрессию заголовка и текста в целом.

Список использованных источников:

1. Есин А.Б. Принципы и приемы анализа литературного произведения. Учебное пособие. М.: Наука, 2004. С. 112-117.
2. Лысакова И.П. Язык газеты и типология прессы. Социолингвистическое исследование. СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2005. С. 239.
3. Русский язык: Грамматика. Текст. Стили речи: Учеб. Для 10-11 кл. общеобразоват. учреждений / А.И.Власенков, Л.М.Рыбченкова – 11 изд. – М.: Просвещение, 2009.

4. Русский язык. 8 класс. В 2 ч. : учеб. Для общеобразоват. учреждений / С.И. Львова, В.В.Львов. – 3-е изд., испр. – М.: Мнемозина, 2009.

5. Русский язык. Весь курс; для выпускников и абитуриентов/ И.Б. Голуб. – М. : Эксмо, 2007.

6. Русский язык. Практика. 8 кл. : учебник для общеобразоват. учреждений/ Ю.С. Пичугов, А.П. Еремеева, А.Ю. Купалова и др. ; под ред. Ю.С. Пичугова. – 14-е изд., стереотип. – М. : Дрофа, 2008.

УДК 619:576.89

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ АНТИГЕЛЬМИНТНЫХ ПРЕПАРАТОВ
«ПРАЗИКВАНТЕЛ» 2% И 4%, «ФЕНОМИКС», «МОНИЗЕН» 10%, А
ТАКЖЕ КОМПЛЕКСНОГО АНТИБИОТИКА «АЗИЦИКЛИН» ПРИ
СМЕШАННЫХ ИНВАЗИЯХ ОВЕЦ.**

Льгова И.П.

К.м.н., доцент кафедры эпизоотологии, микробиологии и паразитологии
РГАТУ, г. Рязань, Россия.

Горина М.Г.

Студент 5 курса, РГАТУ, г. Рязань, Россия.

Аннотация: данное исследование направлено на изучение эффективности антигельминтных препаратов, а также антибиотика широкого спектра действия при смешанных инвазиях овец в ООО «Треполье» Михайловского района и ООО «Разбердеевское» Спасского района Рязанской области.

Ключевые слова: эффективность антигельминтных препаратов, «Празиквантел», «Феномикс», «Монизен», «Азициклин».

Одним из важных направлений развития животноводства в Российской Федерации является овцеводство, однако широкое распространение паразитарных болезней снижает его продуктивность. Поэтому для восстановления данной отрасли необходимо предусматривать эффективные методы лечения и профилактики.

В настоящее время в Российской Федерации производится достаточно большое количество антигельминтных и противококцидийных препаратов, а также паразитицидов широкого спектра действия. С целью изучения безвредности и эффективности новых противопаразитарных препаратов

отечественного производства необходимо их широкое производственное испытание.

Антигельминтные и противоккокцидийные препараты следует применять с учетом их спектра действия и эффективности с обязательным чередованием их лекарственных форм, содержащих действующие вещества из разных групп, с целью предупреждения появления устойчивых изолятов гельминтов и эймерий.

Целью нашей работы явилось установить эффективность антигельминтных препаратов «Празиквантел» 2 % и 4 %, «Феномикс», «Монизен» 10 %, а также комплексного антибиотика «Азициклин» при смешанных формах мониезиоза, нематодозов и эймериоза овец.

С целью изучения эффективности новых отечественных антигельминтных препаратов при гельминтозах овец испытания проводились в ООО «Треполье» Михайловского района и ООО «Разбердеевское» Спасского района.

В ООО «Разбердеевское» испытания проводились на 57 баранах 2-3 лет. Для дегельминтизации животных применяли суспензии антигельминтных препаратов «Празиквантел» 2 % и 4 % в дозах 1 мл на 10 кг и 1 мл на 20 кг, порошок «Феномикс» (ДВ – фенасал) в дозе 25 мг на кг (по ДВ) или 6-6,5 г на животное, «Монизен» 10 % в дозе 1 мл на 10 кг [2].

В ООО «Треполье» испытания проводились на 32 ягнятах в возрасте 3,5 – 5 месяцев. Применяли комплексный антибиотик в виде порошка «Азициклин» (азитромицин + доксициклин), обладающий антибактериальным и противоккокцидийным действием. Препарат использовали перорально при эймериозе и энтероколитах бактериальной этиологии индивидуально в дозе 0,3 г на 10 кг массы тела один раз в день в течение 4-5 дней [2].

Через 15 дней после проведенного курса лечения проводились макрогельминтологические, копроовоскопические и ларвоскопические, а также клинические исследования при которых учитывали общее состояние, температуру тела, аппетит, двигательную активность, симптомы первичного заболевания, сроки клинического выздоровления и продолжительность реабилитационного периода [1].

Так в ООО «Разбердеевское» опытную группу составляли животные зараженные монезиями и нематодами, которым на протяжении исследования задавали препараты. Контрольная группа не подвергалась лечению.

Через 5-6 дней после дегельминтизации выявлено улучшение общего состояния животных, нормализация температуры, увеличение аппетита и прекращение диареи.

На основании проведенного опыта были выяснены показатели экстенсэффективности при мониезиозе: «Празиквантел» 2 % в дозе 1 мл на 20 кг – ЭЭ=83 %, «Празиквантел» 2 % в дозе 1 мл на 10 кг – ЭЭ=86 %, «Празиквантел» 4 % в дозе 1 мл на 10 кг – ЭЭ=90 %; «Феномикс» – ЭЭ=71,5 %; «Монизен» 10 % – ЭЭ=100 %.

Как видно из результатов данного исследования наиболее эффективным из применяемых препаратов является «Монизен» 10 %.

В ООО «Треполье» опытную группу составляли животные с признаками поражения желудочно-кишечного тракта, у больных ягнят температура тела повышена (39,5-40,5°C), общее состояние угнетенное или выражена апатичность, признаки обезвоживания, у нескольких животных отказ от корма и значительное снижение двигательной активности. Этим животным на протяжении исследования задавался препарат. Контрольная группа с теми же клиническими признаками не подвергалась лечению.

До применения препарата «Азициклин» фекалии от ягнят подопытной и контрольной групп исследовали на эймерии. В результате была выявлена 100% инвазивность.

На основании результатов исследований ягнят через 7 дней после применения препарата, выявлена высокая эффективность препарата «Азициклин» при энтероколитах эймериозной этиологии. Экстенсэффективность антибактериального и противоккокцидийного препарата «Азициклин» при эймериозе ягнят составила 91,5% - 100%.

У ягнят подопытной группы симптомы энтероколита (диарея, обезвоживание, отказ от корма или снижение аппетита, угнетенное состояние, апатичность) отсутствовали по завершении курса лечения и вновь не появлялись на протяжении всего периода клинических наблюдений.

В результате проведенных исследований установлена высокая эффективность препарата «Монизен» 10% (в дозе 1 мл на 10 кг) при

мониезиозе и смешанных формах с нематодозами и «Азициклин» при энтероколитах эймериозной этиологии. Исходя из этого можно рекомендовать данные препараты при профилактике и лечении многих инвазионных болезней животных.

Список использованных источников:

1. Акбаев, М.Ш. Паразитология и инвазионные болезни животных / М.Ш. Акбаев [и др.]. – М.: Колос, 2001. – 528 с.

2. Набиев Ф.Г. Современные ветеринарные лекарственные препараты: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. – СПб.: Издательство «Лань», 2011. – 816 с.

УДК 338.48 : 336.671.1

**ОСОБЕННОСТИ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДОВ ТУРИСТИЧЕСКИХ
ФИРМ КАК ИНСТРУМЕНТ ВНУТРИФИРМЕННОГО РАЗВИТИЯ
ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ**

Кусмарцева Ю.В.

К.э.н., доцент кафедры корпоративных финансов и банковской деятельности
ВолГУ, г. Волгоград, Россия

Терещенко Д.М.

Магистрант 2 курса направления «Менеджмент. Общий и стратегический
менеджмент» кафедры менеджмента ВолГУ, г. Волгоград, Россия

Аннотация: рассмотрены специфика распределения доходов туристических фирм и основные проблемы внутрифирменного развития человеческих ресурсов, в том числе турфирмы ООО «ЭЛЬДОРАДО-ТУР». Предложены пути решения обозначенных проблем.

Ключевые слова: туристическая фирма, распределение доходов, человеческие ресурсы, внутрифирменное развитие, доход.

Распределение и использование прибыли туристической фирмы должно не только покрывать ее потребности в финансовых ресурсах, но и обеспечивать формирование эффективной команды, способствующей развитию человеческих ресурсов. Механизм распределения прибыли должен быть построен таким образом, чтобы всемерно способствовать повышению

эффективности коммерческой структуры, а также стимулировать развитие главного капитала туристского предприятия – человека.

ООО «ЭЛЬДОРАДО-ТУР» входит в топ 15-ти крупных туристических предприятий Волгоградского региона и занимает 11 место среди 233.

С 2013 г. по 2015 г. наблюдается снижение расходов турфирмы на 31 % (таблица 1). Это связано с уменьшением доходности туристической деятельности ООО «ЭЛЬДОРАДО-ТУР» (с 990 000 тыс руб. в 2013 г. до 615 000 тыс руб. в 2015 г.) [1] и, как следствие, приводит к вынужденному сокращению расходов фирмы особенно на фоне отрицательной динамики на рынке туризма Волгоградской области.

Таблица 1 – Основные расходы турфирмы ООО «ЭЛЬДОРАДО-ТУР»

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Общий расход, руб.	740 000	560 000	480 000
Зарботная плата сотрудникам	310 800	235 200	201 600
Арендная плата помещения, руб.	148 000	112 000	96 000
Коммунальные платежи (водоснабжение, электроэнергия, отопление, интернет, телекоммуникации), руб.	74 000	56 000	48 000
Содержание бухгалтерии, руб.	103 600	78 400	67 200
Обучение персонала, повышение квалификации, руб.	66 600	50 400	43 200

Источник: составлено автором по [2, 3]

Доля заработной платы сотрудникам ООО «ЭЛЬДОРАДО-ТУР» в структуре расходов с 2013 г. по 2015 гг., снижалась пропорционально снижению доходов компании, что отрицательно сказалось на эмоциональном фоне работников. Также следует отметить, что обучение персонала, повышение квалификации составляет 9 % от общей суммы расходов, что крайне мало.

Эти затраты являются капиталовложениями организации в профессиональное развитие сотрудников, от которых она ожидает отдачи в виде повышения производительности, т.е. увеличения вклада каждого из них.

Итак, проблема рационального распределения доходов в турфирмах как инструмента внутрифирменного развития и обучения персонала организации стоит остро из-за:

- недопонимания руководством туристического предприятия, как эффективно расходовать средства на развитие человеческих ресурсов;
- низкого уровня культуры командообразования в туристической сфере;

- отсутствия бизнес-пространства, площадки, для проведения Коуч-сессий, посвященных увеличению плодотворного труда сотрудников;
- сокращения прибыли туристического бизнеса на территории Волгоградской области.

Для стимулирования внутрифирменного развития человеческих ресурсов туристической фирмы необходимо:

1. обучение управленческого состава коучингу – методу развития личности и достижения успеха, объединяющему принципы консультирования и тренинга, причем основное внимание должно быть отведено не наставлению, а именно мотивированию сотрудников к профессиональному росту и изменениям;
2. создание, при поддержке администрации города Волгограда, обучающей площадки для проведения командообразующих мероприятий;
3. увеличение инвестиционной привлекательности статически важных регионов.

Таким образом, распределение доходов на обучение персонала является неотъемлемой частью успешной организации туристического бизнеса. Сотрудники в индустрии туризма является важнейшей составной частью конечного продукта, одним из основных ресурсов конкурентных преимуществ организации, и, следовательно, качество обслуживания в туристских организациях зависит от мастерства и сознательности служащих.

Список использованных источников:

1. Кусмарцева Ю.В., Терещенко Д.М. Особенности формирования финансовых ресурсов сферы туризма Волгоградской области // Инновации в технологиях и образовании: сборник материалов международной научно-практической конференции (г. Москва, 5 января 2017г.) – Иркутск: «Научное партнерство «Апекс», 2017. – С. 7-11.
2. О деятельности туристских фирм на территории Волгоградской области: стат. обозрение / терр. орган фед. службы гос. статистики по Волгоградской обл. – Волгоград: Волгоградстат, 2015. – 53 с.
3. Статистические данные внутреннего источника турагентства ООО «ЭЛЬДОРАДО-ТУР». – Волгоград, 2015. – 130 с.

ГУМАНИЗАЦИЯ УГОЛОВНО-ПРАВОВОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПРЕСТУПНОСТИ

Исмаилова О.С.

Магистрант 1 курса, ВолГУ, г. Волгоград, Россия

Аннотация: Обширная уголовная репрессия в экономической сфере является одним из факторов, влияющих на экономику в целом. В последнее время наблюдаются законодательные изменения, направленные на устранение жесткой уголовной репрессии в экономической сфере и гуманизацию уголовного законодательства. Однако не все изменения, по мнению автора, носят продуктивный характер. В исследовании автором рассмотрены проблемы связанные с гуманизацией государством сферы экономики в уголовном законодательстве.

Ключевые слова: уголовно-правовая политика, законодательство, экономическая преступность, уголовная ответственность, гуманизация.

В современных непростых экономических реалиях вопросы о том, что из себя должна представлять и представляет уголовно-правовая политика в сфере экономической преступности, возникают все чаще.

Проблема законодательного закрепления отношений предпринимательства является достаточно острой [1, с. 15]. Уровень уголовной репрессии в отношении предпринимателей может оказать серьезное негативное влияние на экономическую активность.

Однако в последнее время мы можем наблюдать некоторое стремление законодателя к гуманизации уголовно-правовой политики в сфере экономической преступности [1, с. 131].

Изменения в части увеличения размеров крупного и особо крупного ущерба, причиненных преступлениями, коснулись многих статей в главе 22 Уголовного кодекса Российской Федерации (далее – УК РФ).

Более подробно рассмотрим в редакции Федерального закона от 03.07.2016 № 325-ФЗ примечание 1 к статье 198 (Уклонение от уплаты налогов и (или) сборов с физического лица) УК РФ, согласно которому крупным размером признается сумма налогов и (или) сборов, составляющая за период в пределах трех финансовых лет подряд более девятисот тысяч рублей, при

условии, что доля неуплаченных налогов и (или) сборов превышает 10 процентов подлежащих уплате сумм налогов и (или) сборов, либо превышающая два миллиона семьсот тысяч рублей, а особо крупным размером - сумма, составляющая за период в пределах трех финансовых лет подряд более четырех миллионов пятисот тысяч рублей, при условии, что доля неуплаченных налогов и (или) сборов превышает 20 процентов подлежащих уплате сумм налогов и (или) сборов, либо превышающая тринадцать миллионов пятисот тысяч рублей. Напомним, ранее крупный размер составлял более шестисот тысяч рублей, еще более ранее – триста тысяч рублей; особо крупный размер – три миллиона рублей, еще более ранее – один миллион пятисот тысяч рублей.

Однако чем вызваны частые изменения крупного и особо крупного размеров в примечаниях не до конца понятно. Возможно, у законодателя присутствует некоторая неопределенность концепции, несовершенство юридической техники, поскольку некоторые нормы меняются довольно часто, а соответствующие изменения носят порой кардинальный характер по отношению к недавно определенным нормам. Ярким примером тому служит определение крупного и особо крупного размера в примечании к статье 194 УК РФ. А именно, 2010 год: крупный размер – три миллиона рублей, особо крупный – тридцать шесть миллионов рублей; 2011 год: дифференциация размеров для физических и юридических лиц крупный размер – один миллион рублей, два миллиона рублей, особо крупный – три миллиона рублей, десять миллионов рублей; 2013 год: дифференциация вновь отсутствует, крупный размер – один миллион рублей, особо крупный – три миллиона рублей; 2016 год: крупный размер – два миллиона рублей, особо крупный размер - шесть миллионов рублей.

Федеральным законом от 07.12.2011 N 420-ФЗ в УК РФ введена статья 76.1, предусматривающая условия освобождения от уголовной ответственности по делам о преступлениях в сфере экономической деятельности. Диспозиция статьи также в недавнем времени подверглась изменениям, введенным Федеральным законом от 03.07.2016 № 325-ФЗ, в соответствии с которыми лицо, впервые совершившее одно из преступлений, указанных в части 2 настоящей статьи, освобождается от уголовной ответственности, если возместило ущерб, причиненный гражданину,

организации или государству в результате совершения преступления, и перечислило в федеральный бюджет денежное возмещение в размере двукратной суммы причиненного ущерба, а не пятикратной, как это было в первоначальной редакции.

Резюмируя, хотелось бы отметить, что гуманизация уголовного законодательства и практики его применения не должна ограничиваться действиями, направленными на уменьшение размера санкций, поскольку снижение планки уголовной репрессии за деяния, которые криминализованы искусственно, не есть либерализация уголовного законодательства.

Список использованных источников:

1. Зинченко С.А. Отношения предпринимательства в реформируемом гражданском законодательстве // Вестник Волгоградского государственного университета. – Серия 5, Юриспруденция. – 2013. – № 4 (21). – С. 15-21;

2. Яковлева О.А. Уголовно-правовая политика в сфере экономической преступности (некоторые аспекты) // Вестник Волгоградского государственного университета. – Серия 5, Юриспруденция. – 2014. – № 2 (23). – С. 130-134.

УДК 616.314-089

ОПТИМИЗАЦИЯ МЕТОДОВ ПРОФИЛАКТИКИ И ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ВОСПАЛИТЕЛЬНЫХ ОСЛОЖНЕНИЙ ДО ПРОВЕДЕНИЯ ДЕНТАЛЬНОЙ ИМПЛАНТАЦИИ.

Алиев А.М.

Аспирант института медицинских проблем южного отдела
Национальной академии наук, г. Ош, Кыргызская Республика.

Ешиев А.М.

Доктор медицинских наук, профессор, заведующий отделением
челюстно-лицевой хирургии Ошской межобластной объединенной
клинической больницы г. Ош, Кыргызстан.

Аннотация: В данной статье рассмотрены проблемы профилактики и предупреждения возникновения воспалительных осложнений после дентальной имплантации. Проанализированы характерные особенности

микрофлоры полости рта. Выявлена и обоснована необходимость применения профилактических процедур перед проведением операции по внедрению титанового имплантата. На основе проведенного исследования нами предлагается эффективная методика предупреждения возникновения осложнений, которая заключается, в облучении синим светом с длиной волны 450 нм.

Ключевые слова: дентальная имплантация, осложнения, синий свет.

Использование внутрикостных дентальных имплантатов является одной из наиболее отличительных черт современной стоматологии. Ортопедические конструкции на имплантатах являются более физиологичными по сравнению с традиционными методиками протезирования т.к. передают жевательную нагрузку прямо на кость альвеолярного отростка челюсти, кроме того, они не требуют препарирования соседних зубов. Использование дентальных имплантатов получило достаточно широкую известность и высокую оценку, как среди практикующих врачей, так и среди пациентов.

Исследования, проводившиеся с целью усовершенствования этого вида стоматологической помощи, прежде всего, касались срока службы имплантатов. Определено, что в среднем 92% ортопедических конструкций на зубных имплантатах функционируют более 10 лет. Имплантация осуществляется по показаниям со строгим соблюдением методики оперативного вмешательства, индивидуальным подбором адекватной конструкции имплантата, а также обоснованием характера протезирования и условий прикуса. Имплантаты позволяют осуществлять полноценное протезирование, предотвращая деформацию нижнего отдела лица. Сама методика оперативного вмешательства максимально атравматична, непродолжительна и академична. Такой подход дает уверенную гарантию первичного приживления внутрикостной части имплантата [1, 2, 3, 4, 5].

Цель исследования: профилактика и предупреждение возникновения осложнений после дентальной имплантации.

Материалы и методы исследования

Нами проведено исследование состояния слизистой оболочки и гигиенического индекса полости рта у 650 пациентов, еще до проведения операции дентальной имплантации. Изучали гигиенический индекс Федорова-Володкиной, папиллярно-маргинально-альвеолярный индекс (РМА), проба

Шиллера-Писарева, пародонтальный индекса Рассела, рН ротовой жидкости, проводили бактериоскопическое и цитологическое исследование десневой жидкости.

Результаты исследования и их обсуждения

Во время исследования пациенты в основном жаловались на отсутствие зубов, удаленных по показанию или во время ортопедического лечения. В некоторых случаях, когда отсутствовали жевательные зубы жалобы, касались относительно болей в области височно-нижнечелюстного сустава, а при отсутствии зубов во фронтальном отделе жаловались на нарушение эстетического вида. При сборе анамнеза у пациентов, мы выяснили, что 60 % зубов удалены по поводу осложненного кариеса, 25 % - по поводу не успешного эндодонтического лечения, 10% - вследствие заболевания пародонта, 3% - в случае травмы, 2 % - по ортодонтическим показаниям. Определение гигиенического индекса Федорова-Володкиной проводился всем пациентам, а результаты у всех были разные (табл.1).

Таблица 1. Результаты определения гигиенического индекса у пациентов до проведения операции дентальной имплантации.

Возраст пац-ов	Хор.	Удов.	Неуд.	Плохое	Всего
21-30 лет	38(5,8%)	32 (4,9%)	15 (2,3%)	-	85
31-40 лет	53(8,1%)	84 (12,9 %)	39(6,0%)	25 (3,8 %)	201
41-50 лет	21(3,2%)	97 (14,9%)	55 (8,4%)	41 (6,3%)	214
51-60 лет	13 (2,0%)	67(10,3%)	26 (4,0%)	23 (3,5%)	129
> 60 лет	5(0,7%)	12 (1,8%)	2(0,3%)	2(0,3%)	21
Итого	130(20,%)	292(44,9%)	137(21,1%)	91 (14,0%)	650

По результатам таблицы, выяснено, что у большинства обследуемых пациентов уровень гигиены полости рта находился в удовлетворительном (44,9%) состоянии. Лишь 20% пациентов имели хорошую гигиену полости рта, поскольку они трепетно относились к своему здоровью, и часто посещали врача стоматолога, соблюдая все его рекомендации по уходу за полостью рта. У 21,1% пациентов гигиена полости рта находилась в неудовлетворительном состоянии, так как имелись кариозные зубы, зубной налет и явления

начального кариеса. У 14% из числа всех обследованных больных гигиена полости рта находилась на плохом уровне, у них обнаружены наддесневые, поддесневые зубные отложения, налет в межконтактных пунктах зубов, неприятный запах из полости рта и начальные явления гингивита. Эти данные проявляются и в результатах папиллярно-маргинально-альвеолярного индекса (РМА), - таблица 2.

Таблица 2. Результаты определения РМА у обследуемых пациентов до проведения операции дентальной имплантации.

Возраст пациентов	Десна без патологии	Легкая степень гингивита	Средняя степень гингивита
21-30 лет	70(10,7%)	10 (1,5%)	5 (0,7%)
31-40 лет	137 (21,0%)	36 (5,5%)	28 (4,3%)
41-50 лет	112(27,8%)	58(8,9%)	44 (6,7%)
51-60 лет	69(12,1%)	39 (6,0%)	21 (3,2%)
> 60 лет	18(2,7%)	1 (0,1%)	2 (0,3%)
Итого	406(62,4%)	144(22,2%)	100(15,4%)

Отсюда можно утверждать, что у 144 (22,2%) пациентов преобладает легкая форма гингивита и встречается чаще в возрасте от 41 до 60 лет, 97 больных (14,9%) от общего числа. Средняя степень поражения отмечается у 100 больных, у них так же поражаемость превалирует в возрасте от 41 до 60 лет и составляет 65 (9,9%) больных от общего числа. У 406 (62,4%) пациентов десна были без изменения и бледно-розового цвета.

Макрогистохимическое исследование десны (проба Шиллера - Писарева) показало разный уровень накопления гликогена в ядрышках ядер эпителиоцитов по степени интенсивности окраски йодом (1-3-степени): Результаты представлены в таблице 3.

Таблица 3. Показатели макрогистохимического исследования десны у обследуемых пациентов до операции дентальной имплантации. (Проба Шиллера-Писарева).

Возраст пациентов	Десна без патологии	Легкая степень гингивита	Средняя степень гингивита
21-30 лет	67(10,3%)	12 (1,8%)	6 (0,9%)
31-40 лет	137 (21,0%)	35 (5,3%)	29 (4,4%)
41-50 лет	112(27,8%)	60(9,2%)	42 (6,4%)
51-60 лет	69(12,1%)	37 (5,6%)	23 (3,5%)
> 60 лет	18(2,7%)	2 (0,3%)	1 (0,1%)
Итого	403(62,0%)	146(22,4%)	101(15,6%)

Эти данные показывают, что интенсивность 2 степени (коричневое окрашивание) — было у 15,6%, 1 степени (желтое окрашивание) было у 22,4%, что соответствует результатам гигиенического индекса.

Определение периодонтального индекса Рассела показало разнообразные результаты, таблица 4.

Таблица 4. Показатели пародонтального индекса Рассела до проведения операции дентальной имплантации.

Возраст пациентов	Десна без патологии	Гингивит	деструктивные изменения костной ткани альвеолярного отростка	
			начальные	выраженные
21-30 лет	68(10,4%)	12(1,8%)	5 (0,7%)	-
31-40 лет	165 (25,3%)	30 (4,6%)	6 (0,9%)	-
41-50 лет	61(9,3%)	134(20,6%)	19 (2,9%)	-
51-60 лет	51 (7,8%)	65 (10,0%)	6 (0,9%)	7 (1,0%)
> 60 лет	9(1,3%)	6 (0,9%)	-	6 (0,9%)
Итого	354(54,4%)	247(38,0%)	36(5,5%)	13(2,0%)

Отсюда значит, изменения костной ткани с выраженным деструктивным процессом у обследуемых практически не наблюдалось и лишь 13 (2%) пациентов из-за возраста, имели атрофию костной ткани альвеолярных отростков.

Рентгенологическое обследование в виде прицельного рентгена и ортопантограммы подтверждали отсутствие патологических изменений в костной ткани.

Показатели рН ротовой жидкости до дентальной имплантации отражены в таблице 5.

Таблица 5. Показатели рН ротовой жидкости до проведения операции дентальной имплантации.

Возраст пациентов	Величина показателя рН		
	7,1-6,9	6,89-6,6	6,9 и менее
21-30 лет	85 (13,0%)	-	-
31-40 лет	131 (20,1%)	12(1,8%)	58(8,9%)
41-50 лет	60(9,2%)	116(17,8%)	38(5,8%)
51-60 лет	66(10,1%)	53(8,1%)	10(1,5%)
> 60 лет	9 (1,3%)	3(0,4%)	9(1,3%)
Итого	351(54,0%)	184(28,4%)	115(17,6%)

Как видно в таблице 5, пациенты в основном имели нейтральную реакцию ротовой жидкости — 351 (54%) обследуемых или кислую: 184 (28,4%) обследуемых и рН равнялось = 6,8, а 115(17,6%) пациентов имели рН = 6,5. Щелочное значение рН не выявлялось. Бактериоскопические и цитологические исследование особенностей в области парадонта имеет немаловажное значение, учитывая их неустойчивые результаты (таблица 6).

Таблица 6. Показатели бактериоскопического и цитологического исследования десневой жидкости до проведения операции дентальной имплантации.

Клеточный состав десневой жидкости	Возраст пациентов (годы)				
	21-30	31-40	41-50	51-60	>60
Нейтрофилы	27 ±1,6	83 ±4,9	87,7 ±2,4	83 ±4,9	27± 1,6
Эпителиальные клетки	4,5 ±0,4	7,5 ±0,3	9,1 ±0,1	9,4 ±0,4	5,2± 0,5
Макрофаги	2,6 ±0,2	3,3 ±0,3	2,1 ±0,2	4,3 ±0,1	3,6± 0,3
Моноциты	1,7 ±0,1	2,6 ±0,2	5,8 ±0,2	3,0 ±0,3	2,1± 0,1
Лимфоциты	0,12 ±0,01	0,2 ±0,01	1,9 ±0,1	0,23± 0,1	0,17± 0,01
<i>Candida albicans</i> (псевдомицелий)	5-10	10-15	20-25	10-15	5-10
<i>Leptotrix buccalis</i>	единич.	единич.	единич.	единич.	единич.

По результатам таблицы 6 можно утверждать, что незначительный рост количества слущенных клеток эпителиоцитов наблюдался во всех возрастных категориях, но особенно выражен в возрастной категории от 41 года до 60 лет. Существенный прирост наличия грибов вида *Candida albicans* определяется во всех возрастных категориях, но особенно выражено в возрасте от 31 до 60 лет. Определение Бактериологическое выявило разнообразные показатели, таблица 7.

Таблица 7. Показатели десневой жидкости после бактериологического исследования до проведения дентальной имплантации.

Возраст пациентов (годы)				
21-30	31-40	41-50	51-60	>60
Str. spp viridans 102-104 КОЕ/г	Str. spp viridans 103 -104 КОЕ/г	Str. spp viridans 102-104 КОЕ/г	Str. spp viridans 103-104 КОЕ/г	Str. spp viridans 103 -104 КОЕ/г
Str. haemoliticus 102-103 КОЕ/г	Str. anhaemoliticus 103-104 КОЕ/г	Str. haemoliticus 102-103 КОЕ/г	Str. haemoliticus 103-104 КОЕ/г	Str. haemoliticus 103-104 КОЕ/г
Бактерии рода Haemophylus 102-103 КОЕ/г	Бактерии рода Haemophylus 103-104 КОЕ/г	Бактерии рода Haemophylus 102-103 КОЕ/г	Бактерии рода Haemophylus 103-104 КОЕ/г	Бактерии рода Haemophylus 103-104 КОЕ/г
	Грибы Candida albicans 103 -104 КОЕ/г	Грибы Candida albicans 103-104 КОЕ/г	Грибы Candida albicans 103-104 КОЕ/г	

Бактериологические исследования наряду с бактериоскопическими, подтверждая, результаты друг друга, показывают особенность микрофлоры в области предстоящего операционного поля. Выявлено среднее количество streptococ anhaemoliticus и streptococ viridians, наряду с этим выявлено и увеличение количества гриба Candida Albicans во всех возрастных группах.

Исходя из результатов клинико-лабораторных исследований полости рта, до проведения дентальной имплантации, можно утверждать, что понятие нормы является относительной поэтому невозможно точно определить какое количество и какие именно виды микроорганизмов должны находиться в норме в определенной зоне, особенно это касается грибов рода Candida Albicans и других нескольких видов микроорганизмов. Также обменные процессы слизистой оболочки полости рта постоянно колеблются, поэтому показатели при каждом исследовании будут различными. В связи с этим прогнозируется необходимость специальной предоперационной подготовки ротовой полости перед проведением операционных вмешательств.

По нашему мнению, прежде всего, необходимо ликвидировать явные и скрытые признаки воспалительного характера, затем снизить показатели

микробного числа и количества грибов на слизистой оболочке полости рта, что позволило бы намного улучшить исход предстоящей операции.

Пациентов, у которых была лёгкая и средняя степень гингивита (247 человек - 38%), облучали, синим светом с целью ликвидации воспалительных процессов в области десны. Помимо облучения, так же проводилась профессиональная чистка зубов, удаление зубных отложений, пломбирование кариозных зубов и удаление зубов по показаниям.

Процедура облучения синим светом с длиной волны 450нм проводилась над уровнем слизистой оболочки прямо в области гингивита, время воздействия не превышало 15 минут, частота процедур не более 2 раз в день и курс лечения составлял 10 дней.

Результатами лечения легкой степени гингивита у 146 больных (22,4%) стали, полная ликвидация воспаления десны и нормализация всех процессов в этой области. При средней степени гингивита у 35 (5,3%) пациентов в возрасте от 21 до 41 года с помощью облучения синим светом совместно с профессиональной санацией полости рта так же удалось добиться полного ликвидирования процесса воспаления. Лицам, более старшего возраста это 65 (9,9%) пациентов в возрасте от 51 до 60 лет, из них 18 больным удалось перевести степень воспаления десны со среднего в лёгкую степень, а у оставшихся 47 пациентов воспалительный процесс купировался полностью. Операция по имплантации отложена на более поздние сроки у 18 (2,7%) пациентов, поскольку они нуждались в лечении у врача парадонтолога.

Таким образом, исходя из вышеизложенных результатов, с целью предупреждения и снижения риска возникновения послеоперационных осложнений необходимо перед имплантацией провести тщательное обследование полости рта, что позволит минимизировать процент осложнений после дентальной имплантации. А проведение курса терапии облучения синим светом с длиной волны 450нм независимо от наличия и степени воспаления позволит значительно снизить риск возникновения периимплантита в отдаленные сроки после операции.

Список использованных источников:

1. Алымбаев Р.С. Разработка набора инструментария и модифицированного метода фиксации для повышения эффективности функционирования субпериостальных имплантатов /Автореф. дисс... канд.мед.наук, Бишкек, 2011.-22с.

2. Амхадова, М.А. Отдаленные результаты и возможные осложнения при применении субпериостальных имплантатов у пациентов со значительной атрофией челюстей Текст. / М.А.Амхадова, А.А.Кулаков // Стоматология. 2005. - №2. - С.44-45.

3. Анастасов, А.Н. Разработка методов восстановления объема костной ткани альвеолярного от ростка верхней челюсти при подготовке к дентальной имплантации Текст.: дисс. . канд. мед. наук. - Москва, 2002. -23 с.

4. Каленчук, В.В. Использование имплантатов Radix комбинированной формы для улучшения результатов имплантологического лечения Текст. / В.В.Каленчук // Современная стоматология. 2004. - №4.1. С. 110-112

5. Мамытова А.Б. Оптимизация хирургического лечения адентии челюстей с применением имплантов с памятью формы / Автореф. дис. ... д-ра мед. наук / А.Б. Мамытова. - Бишкек, 2014.- 43с.

УДК 908

ОЗЕРО СВЕТЛОЕ СО СПЛАВИНОЙ

Паляева Е.В.

Студент 4 курса, УлГПУ им. И. Н. Ульянова, г. Ульяновск, Россия

Аннотация: Данная статья посвящена особой охраняемой природной территории Николаевского района- озеру Светлому со сплавиной. Данная тема особо актуальна, так как в России еще много пространства, не затронутого активной хозяйственной деятельностью и сохранившее естественные природные комплексы, которые благотворно влияют на экологические процессы не только в России, но и далеко за ее пределами, то есть на глобальную экологическую обстановку.

Ключевые слова: особо охраняемые природные территории, памятники природы, озеро Светлое со сплавиной.

Особо охраняемые природные территории (ООПТ) – участок земли, водной поверхности и воздушного пространства над ними, где располагаются природные комплексы и объекты, которые имеют особое природоохранное, научное культурное, эстетическое, рекреационное и оздоровительное значение, которые изъяты решениями органов государственной власти

полностью или частично из хозяйственного использования и для которых установлен режим особой охраны. ООПТ относятся к объектам общенационального достояния. (Из Федерального Закона РФ).

В Николаевском районе среди ООПТ выделяют: памятники природы и заказники. Памятники природы – это охраняемая природная территория, на которой расположен редкий или достопримечательный объект живой или неживой природы, уникальный в научном, культурном, историко-мемориальном или эстетическом отношении. К памятнику природы можно отнести озеро Светлое со сплавиной.

Озеро расположено в 6 км к северо – востоку от с. Старые Пичеуры среди сосново – березовых лесов и сосновых посадок на водоразделе рек Ломовка и Каслей – Кадада. Высота над уровнем моря 320 м. Котловина озера имеет округлое очертание. Она образовалась в песчаных породах камышинской свиты палеогена. Большая часть озера со всех сторон окружена сплавиной. Площадь озера со сплавиной 10 га. Водное питание смешанное: атмосферное и грунтовое (со дна озера постоянно происходит приток подземных вод из отложений сызранской свиты палеогена). Площадь водного зеркала 4,3 га, площадь сплавины около 3 га, прочими заболоченными участками занято 3 га.

Ширина сплавины колеблется от 4 до 100 м. Толщина в среднем равна 1,0 м, но в наиболее зыбких местах ее мощность не превышает 0,5 м. В северной, западной и юго – западной частях озера ширина сплавины небольшая - от 4 до 20 м.

Ближе к коренному берегу весьма обильна береза пушистая, которая по существу образует сплошной пояс вокруг озера. В лагге глубина воды достигает 1 м. Весной, при обильном поступлении талых вод, глубина воды значительно больше, а границы озера могут расширяться на 100 м по всей периферии.

Водное зеркало озера почти свободно от растительности. Встречаются лишь небольшие островки, образованные осоками. Возникновению таких островков благоприятствует то, что озеро не очень глубокое (за исключением центра) и покрыто мощным слоем ила так, что над поверхностью ила слой воды не превышает 1 м. Это способствует поселению на иле осок и других болотных видов. Местами на поверхности воды можно встретить растения с

плавающими листьями: рдест плавающий, кувшинка чистобелая, кубышка желтая.

В целом флора озера Светлое насчитывает 31 вид сосудистых растений и 8 видов мхов. В ее составе 8 видов растений являются очень редкими для области, некоторые находятся здесь на южной границе распространения (клюква болотная, росянка круглолистная, мирт болотный, ива лапландская). Редкими также являются и все виды сфагновых мхов. Краевая зона озера и окружающие леса сильно нарушены в результате хозяйственной деятельности человека: вырубка леса, выпас скота, водопой на озере.

Для того чтобы сохранить озеро Светлое, необходимо полностью исключить антропогенное воздействие на его растительность.

Постановлением главы администрации области от 18.12.95 г. N 196 озеро светлое с прилегающими лесными кварталами Пичеурского лесничества Славкинского лесхоза на площади 277 га утверждено памятником природы. На его территории запрещены все виды хозяйственной деятельности, за исключением санитарных рубок по состоянию.

Список используемых источников:

1. Благовещенский В.В. Особо охраняемые природные территории Ульяновской области. – Ульяновск: Дом печати, 1997. – 184 с.
2. Баранова А.А., Лобина Н. В. Географическое краеведение. – Ульяновск: Корпорация технологий продвижения, 2002. – 235 с.
3. Сайт FB.ru URL [<http://ulobl.ucoz.ru/index/0-94>] Достопримечательности Ульяновской области. Озеро Светлое со сплавиной.

УДК 657 (075)

АПРОБАЦИЯ БАЛАНСОВОЙ МОДЕЛИ ДЛЯ АНАЛИЗА ЛИКВИДНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Богданкевич А.С.

Студент 4 курса СФУ г. Красноярск, Россия

Аннотация: в данной работе на основе усовершенствованного варианта модели матричного баланса был апробирован метод быстрой и наглядной оценки абсолютных показателей по ликвидности компании, а также приведены результаты апробации.

Ключевые слова: анализ, балансовая модель, ликвидность.

В настоящее время является актуальной как для внутренних, так и внешних пользователей потребность в действенных моделях для быстрой и наглядной оценки финансового состояния компании [4]. Среди наглядных и достаточно точных методов анализа финансовых показателей широко используются различные матричные модели.

Следует отметить, что матричные модели - это наглядные и эффективные методы анализа балансов компании [1,2,3]. Однако данные модели не получили широкого применения, поскольку, в основном, нацелены на исследование величины и динамических изменений активов и пассивов баланса. Они позволяют лишь косвенно проследить обеспечение финансовыми источниками активов и также косвенно проанализировать абсолютные показатели финансового состояния компании.

Авторами статьи Н.В. Сизых и Д.С. Сизых [4] была предложена наглядная балансовая модель для анализа финансового состояния фирмы как обновленная и усовершенствованная модель матричного баланса. В этой модели активы всех модулей в соответствии со степенью их ликвидности сопоставляются с имеющимися обязательствами по всем модулям пассивов в соответствии со сроками их погашения.

Процесс формирования наглядной балансовой модели достаточно прост, требует минимальных трудозатрат. За основу построения балансовой модели взят уже существующий вариант матричного баланса, используемый для оценки динамических изменений, меняя структуру и частично состав исходных модулей баланса [1,2,3].

При использовании наглядных балансовых моделей для анализа ликвидности компании будут выделяться следующие три подматрицы: M_1 - подматрица финансового равновесия, сумма элементов которой определяет равенство активов и обязательств по данной группе, M_2 - подматрица активов, сумма элементов которой показывает возможный излишек активов данной группы по сравнению с объемом обязательств этой же группы, M_3 - подматрица пассивов, сумма элементов которой показывает возможный недостаток активов данной группы по сравнению с объемом обязательств этой же группы. [4].

Апробацию оценки и анализа финансового состояния компании по

матричной балансовой модели проведем по данным финансовой отчетности компании ОАО «Дары Сибири» за 2014 г., наглядная балансовая модель которой приведена в табл. 1.

Таблица 1 - Балансовая модель компании ОАО «Дары Сибири»

Актив	Пассив								Баланс
	Кредиторская задолженность	Прочие краткосрочные обязательства	Краткосрочные кредиты и займы	Долгосрочные обязательства	Доходы будущих периодов	Нераспределенная прибыль	Резервный капитал	Акционерный капитал	
Денежные средства	1478	0	0	0	0	0	0	0	2187
Краткосрочные финансовые вложения	250	0	0	0	0	0	0	0	250
Краткосрочная дебиторская задолженность	3127	0	0	0	0	2247	0	12287	17661
Запасы и затраты	709	0	0	0	0	0	0	37149	37858
Долгосрочная дебиторская задолженность	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Долгосрочные финансовые вложения	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Прочие внеоборотные активы	0	0	0	0	0	0	0	49	49
Основные средства и нематериальные активы	0	0	0	0	0	0	0	15955	15955
Баланс	5564	0	0	0	0	2247	0	65440	73251

Согласно анализу подматриц M_1 , M_2 , M_3 имеем следующие результаты сопоставления групп активов и пассивов:

- по наиболее ликвидным активам: подматрица M_3 - ненулевая, а M_2 - нулевая, значит, $A_1 + A_2 < B_1$ на величину 3836 тыс. руб.;

- по быстрореализуемым активам: подматрица M_3 - нулевая, M_2 - ненулевая, а сумма в M_2 равна 17661 тыс. руб., следует $A_3 \geq B_2 + B_3$, т.е. объем

активов превышает соответствующие обязательства;

- по медленно реализуемым активам: подматрица M_3 - нулевая, M_2 - ненулевая. Сумма в M_2 составляет 37858 тыс. руб., $A_4 > B_4$, следует разница между суммами элементов подматриц показывает избыток средств по активам для покрытия обязательств;

- по труднореализуемым активам: подматрица M_2 - нулевая, поэтому $A_5 + A_6 + A_7 + A_8 < B_5 + B_6 + B_7 + B_8$ на величину 51683 тыс. руб.

Следует особо отметить, что многие приведенные оценки не требуют даже дополнительных расчетов. Таким образом, имеем систему:

$$\begin{cases} A_1 + A_2 < B_1 \\ A_3 > B_2 + B_3 \\ A_4 > B_4 \\ A_5 + A_6 + A_7 + A_8 < B_5 + B_6 + B_7 + B_8 \end{cases}$$

Эти данные указывают, что ликвидность компании нарушена и имеются проблемы с платежеспособностью, связанная с наиболее срочными платежами.

Сравним полученные данные по наглядной балансовой модели с общепринятыми расчетами по статьям баланса (метода поэлементного сравнения отдельных групп пассива и актива баланса).

Таблица 2 - Анализ ликвидности баланса ОАО «Дары Сибири»

АКТИВ	На 31 декабря 2014 г.	ПАССИВ	На 31 декабря 2014 г.	Платежный излишек (недостаток)
A1	1728	P1	5564	-3836
A2	17661	P2	0	17661
A3	37858	P3	0	37858
A4	16004	P4	67687	-51683
БАЛАНС	73251	БАЛАНС	73251	X

Исходя из таблицы 2 можно утверждать о несоответствии идеальному соотношению $A_1 > P_1$; $A_2 > P_2$; $A_3 > P_3$; $A_4 < P_4$. В нашем случае, $A_1 < P_1$, то есть предприятие неплатежеспособно по наиболее срочным (текущим) платежам, срок погашения которых составляет до трех месяцев.

Полученные результаты подтверждают точность оценок по балансовой модели, а наглядность, простота и скорость получения результатов при этом значительно превосходят традиционные общепринятые расчеты. Поэтому предложенные методы оценки являются полезными для менеджеров при

принятии решений по управлению, а также для инвесторов и кредиторов и других специалистов по финансовому управлению и анализу.

Список использованных источников:

1. Жебит В. Матричный баланс и платежеспособность компании // Финансовый директор. 2012. N 9. С. 29 - 33.
2. Коротков А. Стратегические матрицы как объект и инструмент классификации // Маркетинг. 2004. N 4. С. 89 - 99.
3. Полозова А.Н., Гребнева И.В., Лохманова И.С. Матричный метод анализа и прогнозирования дохода организации // Аудит и финансовый анализ. 2008. N 5. С.152-160.
4. Сизых Н.В., Сизых Д.С. Особенности и преимущества применения наглядных балансовых моделей для анализа финансового состояния компании // Международный бухгалтерский учет, 2015, N 25

УДК 94

IPHONE – ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ПОПУЛЯРНОСТИ

Григоренко Ефим Геннадьевич

Студент 2 курса БГУЭП

Иркутск, РФ

Двадцать первый век – век информационных технологий и развития мобильных устройств. На сегодняшний день вряд ли можно найти такого человека, который бы ни разу не слышал про iPhone. Крупная рекламная компания, технологические изыски, работа крупной компании с ее многочисленным штатом сотрудников обеспечили славу данному устройству во всем мире. Кроме того, iPhone считается одним из самых престижных на сегодняшний день смартфонов.

iPhone – это модельный ряд смартфонов, разработанной и выпущенной компанией Apple. В iPhone'ах используется мобильная операционная система iOS, которая является упрощенной и адаптированной для мобильных устройств версией OS X.

Первое упоминание об iPhone было в начале 2007 года, на конференции MacWorld Expo. Тогда Стив Джобс впервые анонсировал данное устройство. Его название образовалось от слов Phone (телефон) и английской буквы i, означающей Internet. Кроме того, на презентации Стив Джобс так же озвучил, что для компании эта буква означает и другие вещи, такие как вдохновение (inspire), личный (individual) и другие.

В продажу устройство поступило уже в середине года, 29 июня. Выйдя на рынок, оно очень быстро завоевало аудиторию, став одним из самых популярных смартфонов в соединенных штатах. Вышел iPhone вместе с iPhone OS, Кроме того, популярность принесло еще и то, что в том же году спустя несколько месяцев в продажу поступило устройство iPod touch, являющимся медиапроигрывателем. Однако, сыскать славу сему устройству не пришлось в виду урезанного функционала (в сравнении с iPhone).

Летом следующего года Apple представили новое устройство из того же модельного ряда – iPhone 3G. Устройство вышло более совершенное, в виду избавления от различных технических недостатков как на программном уровне, так и на аппаратном. Одновременно с выходом iPhone 3G вышла и новая версия операционной системы – iPhone OS 2.0. Помимо всего прочего, iPhone 3G стал первым смартфоном от Apple, который был локализован для российского рынка и стал продаваться на территории РФ. Зарекомендовав себя как один из самых качественных смартфонов, iPhone был номинирован на второе место в рейтинге самых полезных современных технологий 2008 года. Такой выбор был сделан издательством PC World.

По традиции, летом, в июне 2009 года, была представлена новая модель смартфона – iPhone 3GS, который стал усовершенствованной версией iPhone 3G. К новшествам можно отнести увеличение аппаратных характеристик устройства:

- Увеличение производительности
- Увеличение объема оперативной памяти
- Появление конфигурации с 32Гб памяти на борту аппарата

Кроме того, вышла и новая версия i-операционки – iPhone OS 3.0. Выход третьей версии iOS не только устранил многие недоработки прошлой версии, но и добавил множество дополнительных, ранее не включенных функций в работу смартфона. К основным из них можно причислить:

- MMS
- Spotlight
- Копировать\вставить
- Скачивание музыки\видео\TV-передач
- Расширенная работа с SMS

Следующим летом был представлен iPhone 4. Именно с выходом iPhone 4 операционка iPhone OS стала называться iOS. К основным нововведениям можно отнести 5мп тыльную камеру, 0.3мп фронтальную камеру, ЖК дисплей с IPS матрицей с разрешением 640x960.

Осенью того же года была представлена усовершенствованная модель iPhone 4 – iPhone 4S, который был оснащен более мощным процессором, голосовым помощником Siri, более лучшей камерой и гибридной системой связи, позволяющей работать как в сетях GSM, так и в сетях CDMA. Также устройство было оснащено iOS 5 версии.

Осенью 2012 года Apple представила iPhone 5. К самому крупному изменению можно отнести увеличение размера экрана и выход iOS 6. Через год, осенью 2013 года, был представлен iPhone 5S с более современным процессором и дактилоскопическим датчиком. Также вышла и более дешевая версия – iPhone 5C, которая выпускалась без дактилоскопического датчика в пластиковом корпусе.

В ноябре 2014 года мир узнал об iPhone 6 и iPhone 6 Plus. К их достоинствам можно отнести усовершенствованный экран, мощный процессор и более качественную камеру с системой фокусировки.

На момент окончания 2015 года интернет полон слухов и домыслов, относительно следующей модели iPhone. Так или иначе, для всех фанатов индустрии Apple выход каждой новой модели iPhone становится чем-то новым, долгожданным. Будем надеяться, что Apple и дальше будет удивлять потребителей и усовершенствовать свои устройства.

Список использованных источников:

1. <https://xakep.ru/2014/09/05/game-development-engines-review/>
2. <http://www.macdigger.ru/iphone-ipod/vzlety-i-padeniya-apple-istoriya-iphone-ipad-i-ipod.html>

ВЕТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ УСТАНОВКА «AEROGREEN»

Григорьева Мария Ивановна

Студентка 4 курса Цицикарского университета,

Г. Цицикар, Китай

Территория России очень богата ресурсами, в том числе и топливно-энергетическими. До недавнего времени, прежде всего, из-за огромных запасов традиционного энергетического сырья, вопросам развития использования возобновляемых источников энергии (ВИЭ) в энергетической политике России уделялось мало внимания. В последние годы ситуация стала заметно меняться. Необходимость возможности повышения качества жизни людей, участие в мировом развитии прогрессивных технологий, стремление повысить энергоэффективность эти и другие соображения способствовали активизации национальных усилий по созданию более зеленой энергетики.

Одним из перспективных направлений в энергетике сегодня являются ВИЭ. К ним можно отнести: энергию солнечного излучения, энергию ветра, гидравлическую энергию воды, и т. п. [1] Эксперты Гринпис и другие специалисты прогнозируют, что к 2030 году ВИЭ будут удовлетворять 40% мирового спроса на энергию и до 80% спроса — к середине столетия. Более того, к 2050 году 100% электроэнергии мир может получать из возобновляемых источников.

Гринпис давно убеждает мировое сообщество в том, что в ближайшем будущем ВИЭ смогут обеспечивать мир электроэнергией. Сейчас доля ВИЭ в общемировом производстве тепла — 24%, электричества — 18%. Остальные 80% электроэнергии мир получает за счет сжигания ископаемого топлива. Однако в скором будущем эта картина сильно изменится. [2]

Лопастные ветрогенераторы сегодня – это наиболее часто используемый вид альтернативной энергетики, в простонародье их называют «ветряки» и солнечные батареи. Одним ярким примером является ветроустановка «AeroGreen». Рисунок 1.

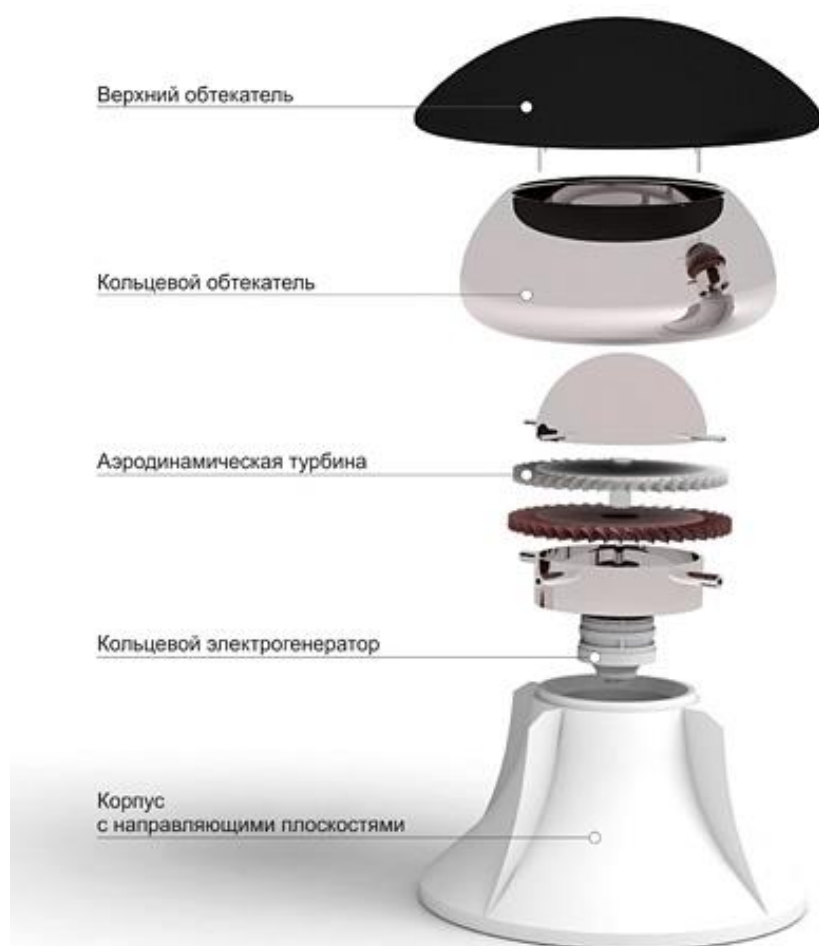


Рисунок 1 – Ветроустановка «AeroGreen»

Система выполнена по современным турбинным технологиям, работает в широком скоростном диапазоне ветров (от 1 до 100 м/с) и в целом работает независимо от погодных условий, благодаря верхнему и кольцевому обтекателю. Корпус установки позволяет организовывать и ускорять разнонаправленные потоки воздуха на лопадки неподвижного ветроколеса аэродинамической турбины. Она состоит из двух многолапастных ветроколес, которые вращаются, в горизонтальной плоскости - параллельно земле.

Воздушные массы любого направления перемещаются вверх вдоль вертикальных поверхностей симметрично-сужающегося корпуса «AeroGreen» и направляются на короткие лопадки ветроколеса турбинного типа. Над ветроколесом установлен дискообразный обтекатель, на котором при воздействии ветра вне зависимости от его направления, создается область пониженного давления, обеспечивая направленное устойчивое движение воздуха, что позволяет эффективно преобразовывать воздушные потоки в крутящий момент.

Современные ветроэнергетические установки, эксплуатируемые во всем мире, имеют общие недостатки: они боятся шквального ветра и урагана; вызывают сложности при монтаже и обслуживании; требуют ориентации на ветер. В отличие от других установок «AeroGreen» позволяет воздушным массам иметь свободный доступ к лопаткам ветроколеса с любой стороны и устойчива к любым погодным условиям. Энергоустановка способна решить основные проблемы, связанные с отсутствием энергетических ресурсов в отдаленных местах России, а также проблему негативного воздействия выбросов ТЭЦ на окружающую среду. Данная конструкция достаточно проста в исполнении, при ее разработке использовались бытовые отходы, различного рода конструкции и технологии. Работоспособность разработки была успешно подтверждена Центральным научно-исследовательским институтом им. Академика А.Н. Крылова в г. Санкт-Петербурге в 2011 году и она имеет несколько патентов. [3]

Список использованной литературы:

1. Министерство энергетики РФ [Электронный ресурс] URL minenergo.gov.ru
2. Возобновляемые источники энергии [Электронный ресурс] URL <http://www.greenpeace.org/russia/ru/campaigns/nuclear/accidents/chernoby1/25yrs/renewable-energy/>
3. AeroGreen [Электронный ресурс] URL www.aerogreen.info

УДК 336.741.2

ИСТОРИЯ ПРОИСХОЖДЕНИЯ ВАЛЮТЫ И ЗНАКА ДОЛЛАРА

Захаров В.Д.

г. Набережные Челны

Россия

Происхождение американского доллара тесно связано с историей Европы. Первым современным долларовой знак применил богатый торговец и плантатор, ирландец по происхождению, Оливер Поллок.

Голландские и некоторые другие поселенцы в Северной Америке использовали в качестве валюты талеры. Однако слово «доллар» не имеет никакого отношения к тому талеру. В Англии (где произношение названия валюты изменилось на «доллар») «долларами» называли любые серебряные монеты, похожие на талер, а в американских колониях таким образом наименовали испанские серебряные песо (т. н. «Spanish Dollars»), которые получили хождение во время Американской войны за Испанский доллар 1768 года.

Слово «доллар» происходит от слова «Йоахимсталер», названия монеты XVI века, которую чеканили возле серебряной шахты в Йоахимстале, на территории современной Чехии. «Йоахимсталь» означает «дол (долина) Йоахима». Вскоре «Йоахимсталер» сократили до «талера», а датчане переделали это слово в «далер». Англичане переделали его в более созвучный им «доллар». Словом «талер» или «доллар» называли разные монеты в разное время. В колониальной Америке так называли испанскую серебряную монету в 8 реалов, которая имела широкое хождение даже после революции в XVIII веке. Когда правительство США приняло собственную валюту в 1785 году, то основой стал доллар (первые доллары США начали чеканить в 1794 году, до этого в обиходе были испанские монеты).

Далее в статье рассмотрим происхождения знака доллара. Первым современным долларовой знак применил богатый торговец и плантатор, ирландец по происхождению, Оливер Поллок. Он был поставщиком армии американских патриотов во время войны против английских угнетателей, и заносил суммы выручки в бухгалтерские книги со значком, совмещавшим P и S.. Основанием для знака стало испанское песо (испанский доллар, пиастр, точнее испанские песо, чеканившиеся в современной Мексике) - P с добавкой S, то есть песо во множественном числе. S было наложено на P и упрощено. Две вертикальные палочки в знаке получились потому, что на песо гравировались две колонны, символизировавшие Гибралтарские столпы - в британских колониях эти монеты были известны под названием "Доллары со Столпами".

Возможными выглядят и другие версии происхождения знака. Например, что символ \$ является производным от аббревиатуры Соединенных

Штатов и является смешением двух букв U и S, причем нижняя часть буквы U исчезла, а две вертикальные "палочки" были совмещены и наложены на S.

Существуют также германская, британская, римская и португальская теории происхождения знака:

- "германская" гласит, что \$ появился в результате переосмысления одного из дизайнов австрийского талера. На аверсе монеты был изображен распятый Иисус, на реверсе - змея, обвивающая крест. Эта змея впоследствии и превратилась в символ \$;

- в "британской" версии знак \$ происходит от шиллинга, который обозначался как S, иногда "подкрепленный" вертикальной чертой. Шиллинги тайно чеканились и в североамериканских колониях - с фальшивомонетчиками британские власти активно боролись;

- "римская" теория гласит, что знак происходит от римского сестерция, для обозначения которого использовались буквы HS. В США H, которую наложили на S, потеряла перекладину.

Список использованных источников:

1. <http://www.globfin.ru/articles/currency/dollar.htm>
2. <http://ria.ru/spravka/20080401/102641988.html>

УДК 630

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ЭТАПЫ ПРОИЗВОДСТВА ДЕТАЛЕЙ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ТЯЖЕЛОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Васильева П.Н.

Студентка 2 курса НГТУ

Современный мир очень трудно представить без технологических изысков. От небольших ручных шуруповёртов до двигателей самолетов – тяжелая промышленность востребована во всем мире. Со времен изобретения колеса технологические новинки с каждым годом становятся все совершеннее. Такая тенденция, или, эволюция в развитии технологий обеспечивает человечеству будущее, в котором тяжелый труд будет выполняться автоматически, без непосредственного вмешательства человека.

Для тяжелой промышленности характерно производство различного рода устройств и деталей для устройств, которые превышают человеческие возможности. К таким можно отнести детали самолетов, производственные станки, спецоборудование для работы с лесопромышленностью и многие другие. Каждой сфере, где тяжелая промышленность имеет свое значение, необходимы технологически надежные и эффективные средства, которые помогают достичь необходимых результатов.

Построение любой технически сложной машины начинается с ее нацеливания. То есть, в первую очередь выявляется проблема, которую необходимо решить при помощи некоторого устройства. Естественно, в первую очередь для решения задачи применяют уже существующие решения, существующие устройства и существующие технологии. Однако, в целях экономии денежных средств, временных ресурсов и труда человека, каждая крупная компания задумывается о модернизации оборудования. Такая модернизация касается как технологических возможностей того или иного инструмента, так и возможностей его эксплуатации. Логично предположить, что, создав сложную многофункциональную машину, усложняется и принцип ее работы, а значит и ее контроль.

Современную аудиторию уже не удивишь компьютерным моделированием. Для несведущих обывателей, трехмерное моделирование ограничивается прорисовкой видеоигр и компьютерной графикой в фильмах и мультяках. Однако, проектирование тех или иных деталей для сложных агрегатов сокращает колоссальное количество времени, энергии, денежных средств и позволяет отследить недоработки в детали еще до момента появления неисправности. Это позволяет обезопасить предприятие от частых перевыпусков деталей. Также, моделирование различного рода воздействий позволяет оценить физические свойства и качества производимой детали, что влечет за собой всю ту же экономию средств и времени. Также, это позволяет обезопасить как изготовителя, так и дальнейшего пользователя сим агрегатом от несчастных случаев.

Производство детали для крупных промышленных предприятий происходит в несколько этапов. В первом из них производится проектирование. Оно может проводиться как в бумажном формате – чертежи на бумажных листах в форматах от самых больших до самых маленьких, так и

в электронном варианте, прибегнув к системам проектирования. К подобным системам можно отнести такие программные продукты, как Autodesk AutoCAD, Autodesk Inventor, Siemens NX и другие.

Чертежи в электронном виде в дальнейшем переводятся в компьютерную модель того или иного устройства, над которым производится анализ. То есть, некоторый спроектированный объект помещается в определенную среду, для выявления его производственных характеристик: износоустойчивость, прочность, долговечность, электропроводимость, влияние на тело различных сил, деформация, вибрации и многие другие.

После этапа анализа деталь можно заново отправить на этап проектирования, если существующая модель не отвечает необходимым требованиям. В других же случаях, когда модель проходит все необходимые компьютерные испытания, необходимо воссоздать рабочий прототип уже не в электронном формате, а реально существующий объект.

Для этого создаются программные продукты, которые обеспечивают воссоздание той или иной модели на станках из заготовки. То есть, для станка пишется определенный программный код, который позволит изготовить данную деталь. После изготовления готовый агрегат подвергается реальным испытаниям, для того, чтобы еще раз удостовериться, что механизм отвечает заявленным требованиям. В случае, когда прототип не справляется со своим предназначением, его снова отправляют на предыдущие этапы для доработки. Если же деталь прошла проверку, то из этой детали производят устройство, для которого оно предназначалось.

Спроектировав деталь на компьютере, произведя моделирование сначала в электронном виде, а потом в реальном формате, деталь отправляется на финальное тестирование. Суть его заключается в изготовлении готового устройства, которое уже по своей сути должно справляться с поставленной задачей. Если задачи выполняются, результат достигнут более экономично, нежели используя прошлые методы и технологии, то такую деталь становятся на постоянное производство для повсеместного внедрения, что влечет за собой технологический рост как отдельной компании, так и промышленности в целом.

Проектирование деталей для агрегатов тяжелой промышленности складывается из нескольких основных этапов, пройдя которые предприятие

получает модернизированный аппарат, который позволяет справляться с новыми задачами.

Список использованных источников:

1. <http://www.bmstu.ru/departments/mt13>
2. <http://estnauki.ru/geo/1-geografy/6718-factory-razvitija-i-razmewenija-promyshlennosti-stroitelnyh-materialov.html>
3. <http://www.grandars.ru/shkola/geografiya/stroitelnyy-kompleks.html>
4. <http://www.voronova-on.ru/formurovanue/strozmat/index.html>

УДК 663

СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА В ИНТЕРНЕТЕ

Шевченко И.А.

Частный предприниматель, г. Одесса, Украина

Аннотация: в статье представлены способы продвижения молодого сайта, основные понятия, SEO продвижение.

Ключевые слова: сайт, интернет, SEO, google, поисковые системы, контент, продвижение.

Наверняка Вы слышали о поисковом продвижении сайта. Даже если Вам незнакома такая формулировка, то Вы прекрасно знаете, что существуют поисковые системы (Яндекс, Google, Rambler и другие), которые выдают пользователям списки сайтов в ответ на вводимые запросы (например, «аренда квартиры», «доставка обедов в офис» или «отели подмосковья»). Причем какие-то сайты выходят на первые места в поисковой системе, а какие-то можно найти, лишь пролистав несколько страниц.

Именно поисковое продвижение (или, как его еще называют, поисковая оптимизация сайта) как раз и служит тому, чтобы Ваш сайт выходил на лучшие места, т.е. в ТОП. [1] Говоря более научно, SEO — это серия тактик, направленная на улучшение вашего ранжирования в Google или других поисковых системах, повышая, таким образом, вашу видимость в органическом поиске. В свою очередь, это принесёт вашему сайту больше

трафика и продаж. SEO-стратегия долгосрочна и поэтому требует постоянного совершенствования — улучшения качества контента и повышения удобства пользования сайтом.

SEO продвижение объединяет в себе множество факторов, поэтому не существует одинаковых стратегий или же каких-то определённых алгоритмов, способных привести к успеху. [2] Безусловно, поисковая оптимизация – это очень эффективный способ привлечения клиентов, но с одной оговоркой: выполнять ее должны профессионалы. И дело здесь не столько в том, что неумелая оптимизация может стоить штрафных санкций Вашему сайту, а в том, что число посетителей сайта возрастет, а количество покупателей – нет. Чтобы продвижение дало наилучший результат, необходимо определиться со списком продвигаемых запросов и со стратегией продвижения.[3] Придётся посвятить немало времени планированию и разработке своей собственной уникальной и распространению её на четыре основные области вашей работы:

1. Оптимизация элементов сайта. Этот шаг заключается в изменении контента и технической структуры вашего ресурса для того, чтобы поисковые системы имели к нему доступ, и чтобы он был оптимизирован по вашим целевым ключевым словам и фразам.

2. Постоянный контент-маркетинг. Вам нужно постоянно генерировать новый качественный контент, который поможет вам ранжироваться по ещё большему количеству ключевых слов, обеспечить авторитетность своему домену и привлечь больше внешних ссылок.

3. Линк-билдинг и оптимизация вне сайта. Не забывайте о внешнем продвижении своего сайта с помощью линк-билдинга (неавтоматизированного набора ссылок, указывающих на ваш сайт), гостевых постов на других ресурсах и развития аккаунтов в социальных сетях.

4. Оценка и анализ. Наконец, вам нужно постоянно анализировать все свои действия (и в особенности эффект от них), адекватно оценивать свои успехи и совершенствовать свою стратегию для получения ещё лучших результатов. В процессе ранжирования сайтов Google обращает внимание на две вещи: авторитетность страницы и релевантность контента на ней. Под авторитетностью понимается степень доверия пользователей источнику — повысить её можно с помощью линк-билдинга. Релевантность определяется

тем, насколько контент страницы соответствует тому или иному поисковому запросу.

Большую часть планирования своей стратегии вы обязательно посвятите именно последнему фактору, а именно определению своей целевой аудитории. Вам необходимо будет выработать способ её таргетирования, поставить перед собой немало целей и понять, каким образом их можно будет достичь.

Определение своей аудитории. Во-первых, вам надо будет получить максимальное представление о своей аудитории. Какими должны быть пользователи, которых вы таргетируете? Что именно они будут искать? Вам обязательно придётся провести исследование рынка, чтобы понять тип своего клиента и его поведенческие характеристики. Далее, вам нужно будет определить, платёжеспособен ли ваш потенциальный покупатель: готов ли он приобрести ваш товар сразу, или же он просто зайдёт на ваш сайт, чтобы ознакомиться с ассортиментом продукции? Все эти данные помогут вам выбрать правильные ключевые слова для вашей кампании и определиться с тематикой для будущего контента, который впоследствии станет ядром вашего успеха в Интернете.

Изучение своих конкурентов. Следующим вашим шагом при раскрутке и продвижении сайта должно стать исследование конкурентов. Составьте список своих самых влиятельных соперников в Интернете. Чем они сейчас занимаются в плане SEO? По каким ключевым словам они ранжируются в поиске? Что именно они постоянно оптимизируют? Сколько они вкладывают в контент-маркетинг? Ответив на эти вопросы, вы сможете распланировать свои дальнейшие действия и превзойти своих конкурентов, либо повторяя их действия, либо (что гораздо лучше) найдя неохваченные ими области и продвигая своим клиентам те качества, которые отличают ваш бренд от остальных.

Проведение анализа ключевых слов. Далее, вам предстоит проанализировать свои ключевые слова. Вообще, это сложная тема, заслуживающая отдельной статьи, но уже сейчас я хотел бы обратить ваше внимание на несколько важных вещей. Во-первых, учтите, что вы не добьётесь невероятных результатов в ранжировании, просто используя те ключевые слова, которые упоминаются в заголовках ваших страниц или постов. Вам

нужно будет найти те слова и фразы, которые вводятся в окне поиска вашими потенциальными клиентами, и которые, собственно, способны привести их на ваш ресурс. Google просит своих пользователей задумываться о семантическом (проще говоря, смысловом) соотношении между выбранными вами ключевыми словами и контентом на вашем сайте. В Интернете существует множество инструментов для анализа ключевых слов, в том числе и новый сервис от Moz, но, если вы решите сделать всё самостоятельно, то не забывайте о следующих критериях:

- Релевантность. Насколько уместны эти ключевые слова для описания вашего бренда и деятельности вашей компании?
- Конкуренция. Тяжело ли будет ранжироваться по этим словам? Сколько компаний их использует? Чем меньше конкуренция, тем лучше.
- Объём потенциального трафика. Сколько человек выполняет поиск по этим ключевым словам? Чем больше, тем лучше.

Разумеется, вам будет сложно найти ключевых слова, соответствующие всем трём критериям на сто процентов, но, уверяю вас, они существуют.

Планирование бюджета и постановка целей.

Наконец, вам нужно будет определить, сколько денег вы будете готовы потратить на свою кампанию. Помните: если вы хотите всё сделать хорошо и качественно, то скупиться точно не стоит — особенно если вы хотите тратить на SEO много времени и других ресурсов. Здесь вашими действиями должен руководить уровень конкуренции в вашей нише и желаемые сроки получения первых результатов (не забывайте также о том, что они появятся только спустя время). Ставьте перед собой как можно больше детальных и уникальных целей: написать за неделю X постов, набрать X ссылок за месяц или повысить внешний трафик на X процентов (хотя в первое время по этому пункту будет сложно что-то прогнозировать). В зависимости от специфики вашего бизнеса, вы можете фокусироваться на какой-то области SEO больше, чем на остальных. [2]

Список использованных источников:

1. <http://www.i-media.ru/seo/searchengineoptimization/>
2. <https://www.alex-seo.ru/articles/1048/>
3. <http://www.i-media.ru/seo/searchengineoptimization/>

СОДЕРЖАНИЕ

Савич Е.О., Кормильцина Т.В., Хуаде С.Н. - ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФАКТОРИНГА В РОССИЙСКОЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ	3
Семченко Т.Г., Арутюнова Д.В. - ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ В ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ	7
Наволока Ю.С. - ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ НЕПОЛНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ В ЗАГОЛОВКАХ ПЕЧАТНЫХ СМИ	9
Льгова И.П., Горина М.Г. - ЭФФЕКТИВНОСТЬ АНТИГЕЛЬМИНТНЫХ ПРЕПАРАТОВ «ПРАЗИКВАНТЕЛ» 2% И 4%, «ФЕНОМИКС», «МОНИЗЕН» 10%, А ТАКЖЕ КОМПЛЕСНОГО АНТИБИОТИКА «АЗИЦИКЛИН» ПРИ СМЕШАННЫХ ИНВАЗИЯХ ОВЕЦ	13
Кусмарцева Ю.В., Терещенко Д.М. - ОСОБЕННОСТИ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДОВ ТУРИСТИЧЕСКИХ ФИРМ КАК ИНСТРУМЕНТ ВНУТРИФИРМЕННОГО РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ	16
Исмаилова О.С. - ГУМАНИЗАЦИЯ УГОЛОВНО-ПРАВОВОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПРЕСТУПНОСТИ	19
Алиев А.М., Ешиев А.М. - ОПТИМИЗАЦИЯ МЕТОДОВ ПРОФИЛАКТИКИ И ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ВОСПАЛИТЕЛЬНЫХ ОСЛОЖНЕНИЙ ДО ПРОВЕДЕНИЯ ДЕНТАЛЬНОЙ ИМПЛАНТАЦИИ	21
Паляева Е.В. - ОЗЕРО СВЕТЛОЕ СО СПЛАВИНОЙ	29
Богданкевич А.С. - АПРОБАЦИЯ БАЛАНСОВОЙ МОДЕЛИ ДЛЯ АНАЛИЗА ЛИКВИДНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	31
Григоренко Е.Г. - IPHONE – ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ПОПУЛЯРНОСТИ	35
Григорьева М.И., - ВЕТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ УСТАНОВКА «AEROGREEN»	38

Захаров В.Д. - ИСТОРИЯ ПРОИСХОЖДЕНИЯ ВАЛЮТЫ И ЗНАКА ДОЛЛАРА	40
Васильева П.Н. - ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ЭТАПЫ ПРОИЗВОДСТВА ДЕТАЛЕЙ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ТЯЖЕЛОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	42
Шевченко И.А. - СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА В ИНТЕРНЕТЕ	45