

Согачева Ольга Валерьевна

**ПРОЕКТИВНАЯ ТЕХНИКА И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ**

Статья посвящена социально-экономическим аспектам в оценке конкурентоспособности продукции. Рассмотрен современный методологический инструментарий проективных методик. Проанализировано общественное мнение, выделены показатели качества исследуемой продукции и проведена оценка ее конкурентоспособности с использованием семантического дифференциала.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/1/2014/3/45.html](http://www.gramota.net/materials/1/2014/3/45.html)

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

**Альманах современной науки и образования**

Тамбов: Грамота, 2014. № 3 (82). С. 164-168. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/1.html](http://www.gramota.net/editions/1.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/1/2014/3/](http://www.gramota.net/materials/1/2014/3/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [almanac@gramota.net](mailto:almanac@gramota.net)

При проведении занятий необходимо опираться на разные виды памяти (эмоциональную, образную, словесно-логическую, произвольную, долговременную) [2, с. 255]. Следует отметить, что большое значение при заучивании имеет не только постановка общей задачи (запомнить то, что воспринимается), но и постановка частных, специальных задач. В одних случаях, например, ставится задача запомнить только суть воспринимаемого материала, только главные мысли и наиболее существенные факты, в других – запомнить дословно, в третьих – точно запомнить последовательность фактов и т.д. [Там же, с. 264]. Также совместно с психологом можно рекомендовать учащимся упражнения по тренировке памяти.

На последних двух-трех занятиях имеет смысл провести тренировку по заполнению бланков ответов № 1 и № 2, правилам исправления ошибок. Для более успешной сдачи экзамена необходимо привлечение школьного психолога, т.к. жизнь современных старшеклассников переполнена эмоциональными нагрузками, что при неблагоприятных, стрессогенных обстоятельствах может оборачиваться психологическими срывами. К сожалению, в последние годы школьники не становятся более здоровыми: к десятому классу около половины детей имеют отклонения в развитии нервной системы, преобладают душевный дискомфорт, высокий уровень тревожности, снижено оптимистическое восприятие будущего. Экзаменационный стресс занимает одно из первых мест среди многих причин, вызывающих данные явления [3, с. 40]. Для формирования «экзаменационного иммунитета» необходимо 1-2 раза по окончании подготовительных курсов провести пробный экзамен, максимально приближенный к процедуре ЕГЭ.

#### Список литературы

1. Кириленко А. А., Колесников С. И. Биология. Подготовка к ЕГЭ-2013: учебно-методическое пособие. Ростов н/Д: Легион, 2012. 448 с.
2. Маклаков А. Г. Общая психология. СПб.: Питер, 2002. 592 с.
3. Мишакова В. Н., Колтырева Л. Ю. Психологическое сопровождение старшеклассников в процессе подготовки к ЕГЭ по биологии // Биология в школе. 2011. № 3.

#### SOME METHODOLOGICAL GUIDELINES FOR BIOLOGY UNIFIED STATE EXAM TRAINING COURSES CONDUCTING

Smirnova Lyudmila Vyacheslavovna, Ph. D. in Biology  
Chaplynskaya Tat'yana Viktorovna

Municipal Budget Educational Institution "Secondary School № 1 with Profound Study of Specific Subjects", Voronezh  
chaplinskay1973@yandex.ru

This article provides the guidance for conducting training courses in the 11<sup>th</sup> form to pass the Unified State Exam in Biology. The classes of chemical-biological type do not satisfy the needs of all the pupils, who have chosen Biology as a final exam. Therefore, educational institutions organize training courses of chemical-biological direction. This task is assigned to Biology teachers, who, not having the experience of such courses conducting, may suffer embarrassment. In this article we do not only rely on our own experience of pupils' training but also offer the analysis of the questionnaires (in the form of diagrams) of the first-year students, who have already passed the Unified State Exam in Biology.

*Key words and phrases:* basic theoretical units; thematic consolidation; types of memory; exam stress; "examination immunity".

УДК 330.1:303.4

**Экономические науки**

*Статья посвящена социально-экономическим аспектам в оценке конкурентоспособности продукции. Рассмотрен современный методологический инструментарий проективных методик. Проанализировано общественное мнение, выделены показатели качества исследуемой продукции и проведена оценка ее конкурентоспособности с использованием семантического дифференциала.*

*Ключевые слова и фразы:* конкурентоспособность; продукция; методика; семантический дифференциал.

**Согачева Ольга Валерьевна**, к.э.н.

Юго-Западный государственный университет  
sogachova@mail.ru

#### ПРОЕКТИВНАЯ ТЕХНИКА И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ<sup>©</sup>

Социальные явления, лежащие в основе общественнознания, достаточно сложны для научного осмысления и фиксации результатов, по сравнению с естественными науками. В то же время потребность в исследовании

протекающих в обществе процессов становится все более острой и требует организации четкой научно-исследовательской методологии [1].

С развитием рыночной экономики эффективность деятельности различных организаций (любой сферы бизнеса) во многом зависит от того, пользуется ли их продукция успехом на рынке [5; 6].

В современных условиях необходимо тщательно изучать и анализировать конкурентную среду, в которой действует организация.

Конкурентоспособность продукции во многом определяет конкурентоспособность организации. Изучение конкурентоспособности продукции нужно проводить непрерывно и систематически, в соответствии с фазами жизненного цикла товара. Конкурентоспособность продукции является одной из ключевых категорий в рыночной системе хозяйствования, так как в ней концентрированно выражаются экономические, научно-технические, производственные, организационно-управленческие и иные возможности не только отдельного предприятия, но и экономики страны в целом. Возможности эти реализуются в товарах и услугах, противостоящих соперничающим аналогам как на внутреннем, так и на внешнем рынке [4].

Конкурентоспособность продукции – комплексная многоаспектная характеристика товара, определяющая его предпочтительность на рынке по сравнению с аналогичными товарами-конкурентами как по степени соответствия конкретной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение. Конкурентоспособным является тот товар, комплекс потребительских и стоимостных свойств которого обеспечивает ему коммерческий успех.

**Таблица 1.** Оценка марок женской обуви по результатам опроса семи респондентов по качественным характеристикам

Показатели качества	Баллы							Среднее значение
	Респондент 1	Респондент 2	Респондент 3	Респондент 4	Респондент 5	Респондент 6	Респондент 7	
<b>Семантическая оценка марки женской обуви “Mascotte”</b>								
Фешенебельность	5	5	5	5	5	5	5	5
Комфортность	5	5	5	5	5	5	5	5
Практичность	5	5	5	5	5	5	5	5
Износостойкость	5	5	5	5	5	5	5	5
Натуральность материалов	5	5	5	5	5	5	5	5
<b>Семантическая оценка марки женской обуви “Escort”</b>								
Фешенебельность	5	5	5	5	4	4	4	4,57
Комфортность	4	4	5	4	4	4	5	4,29
Практичность	5	5	5	4	5	5	4	4,71
Износостойкость	4	3	4	5	3	4	3	3,71
Натуральность материалов	5	5	5	4	5	5	4	4,71
<b>Семантическая оценка марки женской обуви “Laura Valorosa”</b>								
Фешенебельность	5	4	4	4	5	4	4	4,29
Комфортность	4	3	3	4	4	3	1	3,14
Практичность	4	4	4	2	4	3	-1	2,86
Износостойкость	4	4	3	-1	4	5	4	3,29
Натуральность материалов	4	4	4	3	5	3	4	3,86
<b>Семантическая оценка марки женской обуви “Vasconte”</b>								
Фешенебельность	3	4	4	3	3	2	2	3
Комфортность	4	4	3	4	4	4	4	3,86
Практичность	3	2	3	-2	1	3	3	1,86
Износостойкость	-2	1	1	2	2	1	2	1
Натуральность материалов	1	-1	2	2	3	-1	2	1,14
<b>Семантическая оценка марки женской обуви “Basconi”</b>								
Фешенебельность	3	4	3	4	3	4	5	3,71
Комфортность	4	3	2	3	1	2	3	2,57
Практичность	3	4	2	4	1	-1	2	2,14
Износостойкость	2	1	1	2	-1	1	-2	0,57
Натуральность материалов	3	1	3	2	3	1	3	2,29
<b>Семантическая оценка марки женской обуви “Betsy”</b>								
Фешенебельность	-2	1	3	1	2	3	3	1,57
Комфортность	4	4	4	3	3	4	3	3,57
Практичность	4	3	4	4	2	1	2	2,86
Износостойкость	4	2	2	3	3	1	2	2,43
Натуральность материалов	4	3	3	4	3	1	3	3

Существуют два основных подхода к оценке конкурентоспособности товара: «жесткий», дающий лишь качественный ответ (да – нет), и «мягкий», дающий численное значение коэффициента конкурентоспособности по отношению к аналогам. «Мягкий» подход реализуется следующими расчетными методами: методом, основанным на сопоставлении качества и цены объекта; дифференциальным методом; комплексным; смешанным или мультипликативным методами; с помощью проективной методики.

Особенность проективных процедур состоит в том, что ситуация приобретает смысл не в силу ее объективного содержания, а по причинам, связанным с субъективными наклонностями и влечениями испытуемого. Примеры проективных методик многообразны. Рассмотрим одну из них – тест семантического дифференциала, разработанного в середине 1950-х гг. Ч. Осгудом. Этот тест хорошо зарекомендовал себя в исследованиях эмоционального отношения людей (общественности) к смыслу тех или иных понятий и суждений [7; 8].

Для оценки конкурентоспособности продукции в данной статье рассмотрен ассортимент марок женской обуви, наиболее пользующихся спросом в торговой сети магазинов «Обувная стихия», ориентированный на покупателя со средним достатком. Объект исследования выбран в связи с тем, что каждая современная девушка стремится создать свой неповторимый образ, а придать образу индивидуальность помогает элегантная, изящная и соответствующая последним веяниям моды обувь. Эта особенность делает очень привлекательным рынок производства и продажи исследуемой продукции. Привлекательность рынка создает интенсивную конкуренцию.

Наиболее пользующиеся спросом марки женской обуви сети магазинов «Обувная стихия» следующие: «Mascotte», «Escort», «Laura Valorosa», «Vasconte», «Basconi», «Betsy».

Оценка конкурентоспособности проводилась по методике семантического дифференциала, которая заключается в указании респондентами своего отношения к анализируемому товару [2; 3].

Способом получения информации была выбрана фокус-группа, включающая семь респондентов примерно одного возраста (30-35 лет), которые ранее приобретали продукцию исследуемых марок. Результаты фокус-группы представлены в Таблице 1. Мы обозначили следующие показатели качества: фешенебельность (соответствие модным тенденциям), комфортность, практичность, износостойкость, натуральность материалов. За базис была взята марка женской обуви «Mascotte», которая была оценена всеми респондентами на «отлично» по всем показателям.

Каждый респондент выразил свое отношение, отмечая в опросном листе разряд шкалы, в числовом значении которого объект оценивался. Данную операцию респондент производил по всему набору шкал, число которых было задано целями исследования.

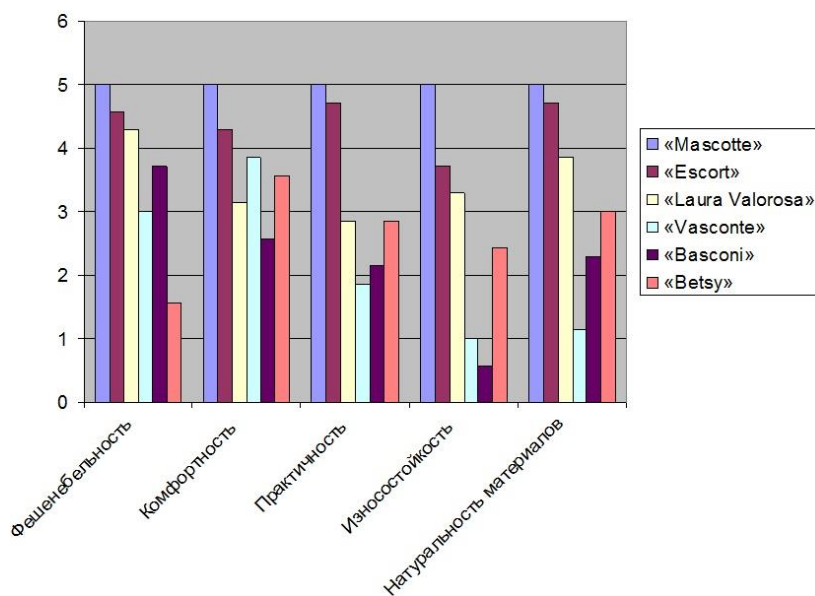


Рис. 1. Сравнительная характеристика марок женской обуви по потребительским предпочтениям

Семантический дифференциал анализируемых марок рассчитывают следующим образом. Вначале определяют модуль разности ( $d$ ) между средними значениями марки-базиса и анализируемой марки, затем определяют квадрат разности средних значений ( $d^2$ ), суммируют полученные значения ( $\sum d^2$ ) и вычисляют из полученной суммы квадратный корень  $D = \sqrt{\sum d^2}$ .

Наиболее признанной общественным мнением является марка, у которой семантический дифференциал ниже.

$$\left. \begin{array}{l} \text{Модуль} \\ \text{разности,} \\ d \end{array} \right\} \Rightarrow \left. \begin{array}{l} 5-4,57=0,43 \\ 5-4,29=0,71 \\ 5-4,71=0,29 \\ 5-3,71=1,29 \\ 5-4,71=0,29 \end{array} \right\} \left. \begin{array}{l} \text{Квадрат} \\ \text{разности,} \\ d^2 \end{array} \right\} \Rightarrow \left. \begin{array}{l} 0,1849 \\ 0,5041 \\ 0,0841 \\ 1,6641 \\ 0,0841 \end{array} \right\} \Rightarrow$$

$$\Rightarrow \Sigma d^2=2,5213 \Rightarrow D = \sqrt{\Sigma d^2} \approx 1,588$$

$$\left. \begin{array}{l} \text{Модуль} \\ \text{разности,} \\ d \end{array} \right\} \Rightarrow \left. \begin{array}{l} 5-4,29=0,71 \\ 5-3,14=1,86 \\ 5-2,86=2,14 \\ 5-3,29=1,71 \\ 5-3,86=1,14 \end{array} \right\} \left. \begin{array}{l} \text{Квадрат} \\ \text{разности,} \\ d^2 \end{array} \right\} \Rightarrow \left. \begin{array}{l} 0,5041 \\ 3,4596 \\ 4,5796 \\ 2,9241 \\ 1,2996 \end{array} \right\} \Rightarrow$$

$$\Rightarrow \Sigma d^2=12,767 \Rightarrow D = \sqrt{\Sigma d^2} \approx 3,573$$

$$\left. \begin{array}{l} \text{Модуль} \\ \text{разности,} \\ d \end{array} \right\} \Rightarrow \left. \begin{array}{l} 5-3=2 \\ 5-3,86=1,14 \\ 5-1,86=3,14 \\ 5-1=4 \\ 5-1,14=3,86 \end{array} \right\} \left. \begin{array}{l} \text{Квадрат} \\ \text{разности,} \\ d^2 \end{array} \right\} \Rightarrow \left. \begin{array}{l} 4 \\ 1,2996 \\ 9,8596 \\ 16 \\ 14,8996 \end{array} \right\} \Rightarrow$$

$$\Rightarrow \Sigma d^2=46,0588 \Rightarrow D = \sqrt{\Sigma d^2} \approx 6,787$$

$$\left. \begin{array}{l} \text{Модуль} \\ \text{разности,} \\ d \end{array} \right\} \Rightarrow \left. \begin{array}{l} 5-3,71=1,29 \\ 5-2,57=2,43 \\ 5-2,14=2,86 \\ 5-0,57=4,43 \\ 5-2,29=2,71 \end{array} \right\} \left. \begin{array}{l} \text{Квадрат} \\ \text{разности,} \\ d^2 \end{array} \right\} \Rightarrow \left. \begin{array}{l} 1,6641 \\ 5,9049 \\ 8,1796 \\ 19,6249 \\ 7,3441 \end{array} \right\} \Rightarrow$$

$$\Rightarrow \Sigma d^2=42,7176 \Rightarrow D = \sqrt{\Sigma d^2} \approx 6,536$$

$$\left. \begin{array}{l} \text{Модуль} \\ \text{разности,} \\ d \end{array} \right\} \Rightarrow \left. \begin{array}{l} 5-1,57=3,43 \\ 5-3,57=1,43 \\ 5-2,86=2,14 \\ 5-2,43=2,57 \\ 5-3=2 \end{array} \right\} \left. \begin{array}{l} \text{Квадрат} \\ \text{разности,} \\ d^2 \end{array} \right\} \Rightarrow \left. \begin{array}{l} 11,7649 \\ 2,0449 \\ 4,5796 \\ 6,6049 \\ 4 \end{array} \right\} \Rightarrow$$

$$\Rightarrow \Sigma d^2=28,9943 \Rightarrow D = \sqrt{\Sigma d^2} \approx 5,385$$

Полученные значения семантического дифференциала анализируемых марок обуви представлены в Таблице 2.

**Таблица 2.** Семантический дифференциал марок женской обуви

Наименование марки	Значение семантического дифференциала
“Escort”	1,588
“Laura Valorosa”	3,573
“Vasconte”	6,787
“Basconi”	6,536
“Betsy”	5,385

Таким образом, из Таблицы 2 видно, что наиболее конкурентоспособной среди марок женской обуви сети магазинов «Обувная стихия» является марка “Escort”.

#### Список литературы

1. Вертакова Ю. В., Согачева О. В. Исследование социально-экономических и политических процессов: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2009. 336 с.
2. Вертакова Ю. В., Согачева О. В. Связи с общественностью: учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. Старый Оскол: ТНТ, 2012. 316 с.

3. **Ердакова В. П., Позняковский В. М.** Оценка конкурентоспособности косметических кремов отечественного и импортного производства // Маркетинг в России и за рубежом. 2007. № 6 (62). С. 87-92.
4. **Перепечаева Е. С., Симоненко Е. С.** Оценка и управление конкурентоспособностью промышленного предприятия // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. № 5-2 (44). С. 298-306.
5. **Петрищева И. В.** Компаративный анализ состояния малого и крупного бизнеса в Курской области: основные тенденции // Микроэкономика. 2009. № 7. С. 238-245.
6. **Петрищева И. В.** Концепция устойчивого развития малого предпринимательства в современных социально-экономических условиях // Экономика. Управление. Право. 2010. № 10. С. 14-16.
7. **Ядов В. А.** Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности: учебник. 3-е изд., испр. М.: Омега-Л, 2007. 567 с.
8. **Osgood Ch., Suci G., Tannenbaum P.** The Measurement of Meaning. Urbana, 1957.

#### PROJECTIVE TECHNIQUE AND METHODOLOGICAL APPROACH TO PRODUCTION COMPETITIVENESS ASSESSMENT

**Sogacheva Olga Valer'evna**, Ph. D. in Economics  
Southwest State University  
sogachova@mail.ru

The article is devoted to socio-economic aspects in production competitiveness assessment. The modern methodological tools of projective techniques are considered. The analysis of public opinion is carried out; the quality indicators of the production under research are singled out and its competitiveness is assessed with semantic differential use.

*Key words and phrases:* competitiveness; product; technique; semantic differential.

УДК 811.511

**Филологические науки**

*В данной статье излагаются результаты ассоциативного эксперимента, проведенного среди студентов Калмыцкого государственного университета с целью выявления особенностей ассоциативных полей стимулов «родной», «русский» в языковом сознании калмыков и русских, компактно проживающих на территории Республики Калмыкия. Актуальность подобного анализа обусловлена полным отсутствием работ, выполненных на стыке русистики, калмыцкого языкознания, психолингвистики, лингвокультурологии.*

*Ключевые слова и фразы:* русский язык; родной язык; концепт; языковое сознание; ассоциативный эксперимент.

**Убушаева Баир Владимировна**

Калмыцкий государственный университет  
bairaubushaeva@yandex.ru

#### ПОНЯТИЯ «РОДНОЙ», «РУССКИЙ» В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ СТУДЕНТОВ КАЛМЫЦКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА<sup>©</sup>

*Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ, № 13-14-08005.*

Концепт как «оперативная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга» [2, с. 90-92] является ключевым понятием современной когнитивной лингвистики. Антропоцентрический характер концепта способствует тому, что в его интерпретационное поле могут включаться различные языковые единицы, а сам концепт и его концептуальные признаки могут варьироваться в зависимости от принадлежности концепта той или иной концептосфере: национальной, групповой, индивидуальной, профессиональной, фольклорной.

Для выявления новых смыслов, репрезентирующих содержание понятий «родной», «русский» в исследуемой среде, продуктивным представляется использование экспериментальных методик, а именно, проведение ассоциативных экспериментов. «Материал ассоциативных экспериментов дает возможность выявить наибольшее количество актуальных для современного состояния сознания признаков концепта» [1, с. 23]. В лингвистической литературе отмечаются попытки описания интерпретационного поля концепта «русский язык» с помощью экспериментальных данных. Так, З. Д. Попова и И. А. Стернин продемонстрировали опыт лингвокультурологического описания концепта «русский язык» [3, с. 163-208]. Анализ ассоциативных полей – один из наиболее популярных в концептологии методов. Чаще всего исследователи применяют свободный ассоциативный эксперимент, который сводится к предоставлению испытуемому возможности дать вербальную реакцию на слово-стимул. Ассоциат в таком случае отражает личный опыт информанта, зависящий от уровня образования, воспитания, возраста, социальной принадлежности, гендера и т.д. Совокупность реакций