

**И. Д. Барковский**

*Науч. рук. М. Б. Овчинникова,*

*канд. психол. наук*

### **ОСОБЕННОСТИ ЦЕННОСТЕЙ НЕ СОСТОЯЩИХ В БРАКЕ ЖЕНЩИН**

В период ранней взрослости основными задачами, по мнению Р. Хейвигхерста, являются следующие: выбор супруга, подготовка к браку, создание семьи, воспитание детей, начало профессиональной деятельности, принятие гражданской ответственности, нахождение референтной социальной группы [1]. Реализация указанных задач во многом зависит от ценностно-смысловой сферы личности. В связи с этим представляет интерес изучение особенностей ценностных и смысложизненных ориентаций женщин в период ранней взрослости.

*Цель исследования* – определить особенности ценностей не состоящих в браке женщин.

Исследование проводилось на базе МГУ имени А. А. Кулешова. В исследовании приняли участие 78 студентов заочного отделения. Все испытуемые – женщины в возрасте от 20 до 34 лет (средний возраст – 25,6 лет). Из них – 39 женщин, состоящих в браке и 39 женщин, не состоящих в браке. Изучение ценностей осуществлялось с помощью методики «Ценностные ориентации» М. Рокича. Статистический анализ проводился с помощью *U* – критерия Манна-Уитни.

В результате эмпирического исследования установлено, что у молодых женщин, не состоящих в браке, по сравнению с состоящими в браке женщинами, в большей степени выражена такая терминальная ценность, как свобода. Меньшее предпочтение незамужние женщины отдают счастливой семейной жизни. Кроме того, для этой категории испытуемых более значимыми являются такие инструментальные ценности, как образованность и ответственность. Установленные особенности ценностно-смысловой сферы респондентов свидетельствуют о том, что для не состоящих в браке женщин, по сравнению с состоящими в браке, более приоритетными являются индивидуалистические ценности, связанные с проявлением самостоятельности, независимости, получения образования и саморазвития.

### **Литература**

1 Болотова, А. К. Психология развития и возрастная психология : учебное пособие / А. К. Болотова, О. Н. Молчанова. – Москва : Дом Высшей школы экономики, 2012. – 526 с.

**П. Г. Босякова**

*Науч. рук. И. А. Мешкова,*

*ст. преподаватель*

### **ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БАЗЫ ДАННЫХ ПО УЧЕТУ ОПТОВЫХ ПРОДАЖ ОБУВИ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Любое крупное предприятие с большими охватами производства и поставками своей продукции может столкнуться с проблемой учета продаж, в частности оптовых, так как в одном заказе может присутствовать множество различных позиций. Для упрощения оформления заказа и уменьшения вероятности ошибки создается база данных, в которой хранится информация о клиенте, менеджере по продажам, оформившем заказ и о самом заказе и его позициях.

С базой данных смогут работать определенные группы пользователей, а именно менеджеры по продажам, администратор и директор. При необходимости можно поставить ограничения для пользователей. Таким образом, пользователь получает набор привилегий, которые определяют, какие действия он может совершить с информацией, хранящейся в базе данных.